



**UNIVERSITAS INDONESIA**  
**PROGRAM PASCASARJANA**

**KESENJANGAN KEPUASAN**  
**PEMIRSA TELEVISI**

(*Suatu Studi Gratifications Discrepancy dalam Pendekatan*  
*Uses and Gratifications terhadap Pemirsa TVRI dan RCTI*  
di Jakarta)

**NOVI ANDAYANI PRAPTININGSIH**

**No. Mhs. : 3990012207**

**Untuk memenuhi sebagian syarat-syarat guna memperoleh**  
**Gelar Magister dalam Bidang Ilmu Sosial**  
**Program Studi Ilmu Komunikasi**

**J A K A R T A**

**1 9 9 4**

UNIVERSITAS INDONESIA  
PROGRAM PASCASARJANA BIDANG ILMU SOSIAL


TANDA PERSETUJUAN TESIS

Nama : Novi Andayani Praptiningsih  
No. Mahasiswa : 3990012207  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Tesis : Kesenjangan Kepuasan Penirsa Televisi  
( Suatu Studi Komparatif Dalam  
Penelitian tentang *Gratifications*  
*Discrepancy* dalam Pendekatan *Uses and*  
*Gratifications* terhadap Penirsa TVRI  
dan RCTI di Jakarta ).

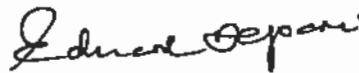
Disetujui oleh :

Pembimbing Pertama

Pembimbing Kedua



Dr. André Hardjana, MA



Dr. Eduard Depari

TANDA PERSetujuan UJIAN TESIS

Dengan ini Koordinator Program Pascasarjana Bidang Ilmu Sosial menyatakan bahwa peserta :

Nama : Novi Andayani Praptiningsih  
Nomor Pokok : 3990012207

telah menyelesaikan penulisan tesis berjudul :

Kesenjangan Kepuasan Pemirsa Televisi  
( Suatu Studi Komparatif Dalam Penelitian tentang  
*Gratifications Discrepancy* dalam Pendekatan  
*Uses and Gratifications* terhadap Pemirsa TVRI  
dan RCTI di Jakarta ).

dan telah mendapat persetujuan dari para Pembimbing dan Reader untuk diuji. Dengan demikian yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan untuk diuji baik dari segi isi maupun dari segi teknis.

Persetujuan Panitia Pembimbing : Jakarta, ...27.Juli..1994

1. Pembimbing Pertama,

Ketua Sidang,

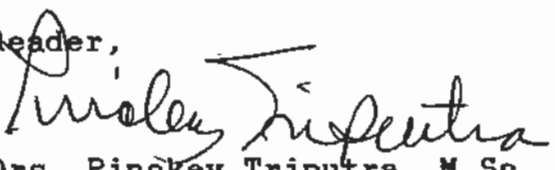
  
Dr. Andre Hardjana, MA

  
Dr. Martani Ruseini

2. Pembimbing Kedua,

  
Dr. Eduard Depari

3. Reader,

  
Drs. Pinckey Triputra, M.Sc.

4. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi,

  
Sasa Djuarsa Sendjaja, Ph.D.

UNIVERSITAS INDONESIA  
PROGRAM PASCASARJANA  
BIDANG ILMU SOSIAL  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

### ABSTRAK

Novi Andayani Praptiningsih (39900122207)  
KESENJANGAN KEPUASAN PEMIRSA TELEVISI  
(Suatu Studi *Gratifications Discrepancy* dalam Pendekatan *Uses and Gratifications* terhadap Pemirsa TVRI dan RCTI di Jakarta)  
xiii + 118 h. + lamp. 3; 1984  
Bibl. 50 (1974 - 1893)

Tesis ini membahas masalah kesenjangan kepuasan pada pemirsa TVRI dan RCTI di lima wilayah Jakarta. Pembahasan kesenjangan kepuasan ini mencakup kepuasan yang dicari (*gratifications sought*) dan kepuasan yang diperoleh (*gratifications obtained*) melalui kegiatan menonton kedua saluran televisi tersebut.

Dalam penelitian ini digunakan metode survai. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara berpedoman pada daftar pertanyaan yang sebagian besar terdiri atas pertanyaan tertutup terhadap 250 responden berusia di atas 17 tahun yang menonton TVRI dan RCTI, dan bertempat tinggal di wilayah DKI Jakarta. Hasil pengumpulan data lapangan diolah dengan menggunakan program komputer SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam hal kepuasan yang dicari (GS), tidak ada perbedaan antara pemirsa TVRI dan RCTI. Demikian pula jika dilihat berdasarkan jenis kelamin, ternyata tidak ada perbedaan GS antara pemirsa TVRI dan RCTI, baik laki-laki maupun perempuan.

Demikian halnya dengan kepuasan yang diperoleh (GO), tidak ada perbedaan GO pada pemirsa TVRI dan RCTI. Berdasarkan jenis kelamin responden, ternyata juga tidak terdapat perbedaan GO baik laki-laki maupun perempuan. Artinya, pemirsa TVRI mempunyai tingkat GO yang setara dengan pemirsa RCTI, baik laki-laki maupun perempuan.

Hasil kesenjangan kepuasan yang diperoleh dengan cara membandingkan GO TVRI dengan GO RCTI, menunjukkan bahwa tidak terdapat kesenjangan kepuasan diantara kedua saluran televisi tersebut. Ketiadaan kesenjangan kepuasan dalam setiap pernyataan yang diuji dalam penelitian ini disebabkan adanya hubungan timbal balik GS dan GO dalam perilaku konsumsi media. Di samping itu karena adanya kemiripan jawaban responden dalam preferensi dan seleksi terhadap acara televisi. Namun, jika kesenjangan kepuasan itu diuji dengan membandingkan langsung GS dan GO ternyata nampak adanya kesenjangan kepuasan antara kepuasan yang dicari (GS) dengan kepuasan yang diperoleh (GO).

## KATA PENGANTAR

Dengan segala kerendahan hati serta mengucapkan " Syukur Kepada Allah SWT ", maka akhirnya penulis dapat juga menyelesaikan tugas akhir berupa tesis sebagai syarat akhir penyelesaian studi Program Pascasarjana Universitas Indonesia walaupun tentu saja tidak lepas dari berbagai kekurangan.

Dalam penyelesaian tesis ini, penulis menyadari sepenuhnya bahwa dijumpai berbagai kesulitan dan hambatan. Tetapi berkat bantuan moril maupun materil serta bimbingan dari berbagai pihak, akhirnya semua kesulitan dan hambatan tersebut dapat diatasi dengan baik hingga terwujudnya tesis ini.

Terlepas dari kendala-kendala yang dihadapi penulis dalam penyelesaian tesis ini, tentunya tidak akan mudah terwujud tanpa bantuan dan bimbingan yang diberikan oleh kedua pembimbing penulis. Maka dalam kesempatan ini, perkenankanlah penulis mengucapkan rasa terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada yang terhormat :

1. Bapak **Dr. Andre Hardjana, MA** selaku Pembimbing I, yang sudi menyediakan waktu, pikiran dan pertolongan, serta selalu memberikan pengarahan dengan sabar sehingga tesis ini terwujud.
2. Bapak **Dr. Eduard Depari** selaku Pembimbing II, yang selalu memberikan perhatian, dukungan dan pengarahan dalam proses penyusunan tesis ini.

Dorongan dan bimbingan dari kedua pembimbing penulis sungguh menjadi sumber semangat tersendiri bagi penulis.

Tak dapat dilupakan juga, dukungan moril dan pengertian yang diberikan oleh suami tercinta, **Mas Agung Nugroho** yang selalu setia mendampingi, mendorong dan mengorbankan perhatian penuh yang seharusnya penulis berikan selama terbaring di Rumah Sakit untuk transplantasi ginjal.

Permohonan maaf yang sedalam-dalamnya penulis sampaikan kepada buah hati penulis, **Ani Kusuma Handayani** yang kurang memperoleh kasih sayang dan kebahagiaan selama penulisan tesis berlangsung.

Penulis juga menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya atas pengorbanan Ibunda tercinta yang dengan setia dan sabar menimang dan mengorbankan waktunya demi menjaga dan mengasuh "si kecil". Juga kepada Ayahanda yang telah memberi semangat dan doa atas selesainya studi penulis.

Penyelesaian penulisan tesis ini juga dimungkinkan berkat bantuan dari berbagai pihak. Tanpa uluran tangan dan kerjasama yang diberikan mungkin masih banyak perjuangan yang harus penulis jalani. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

- Bapak Dr. Martani Huseini selaku Koordinator Bidang Studi sekaligus Ketua Sidang, Bapak Sasa Djuarsa Sendjaja, Ph.D.

selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah banyak menyumbangkan sumber bacaan untuk penulisan tesis ini, Bapak Drs. Pinckey Triputra, M.Sc. selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi sekaligus Pembaca Tesis yang banyak memberikan pengarahan, dan Bapak Drs. Johannes Sutoyo, MA selaku Sekretaris Bidang Ilmu Sosial beserta Staf Sekretariat ; Mbak Siti, Mbak Titi, Mas Tasim, Mbak Yovita dan Mas Taram.

- Bapak Dr. Eduard Depari, selaku Public Relations Manager dan Manajer Litbang RCTI, yang banyak memberi masukan yang berharga pada penulis, beserta staf ; Mbak Mita, Mas Ichsan, Mas Erwin, Mbak Anita, dan Mbak Henny.
- Kerabat penulis di Stasiun Pusat TVRI yang telah banyak menyediakan bahan-bahan yang diperlukan penulis.
- Hendri Sunarya (Pepep) atas bantuan dan pengorbanan waktu yang diberikan.
- Abubakar Alatas atas dukungan moril, doa, dan bantuannya yang tak ternilai.
- Rekan-rekan di Program Pascasarjana Universitas Indonesia, Bidang Ilmu Sosial Angkatan X, yang selalu memberikan semangat untuk segera menyelesaikan tesis ini.
- Pimpinan Interstudi, Bapak Drs. Toto Ariyanto S. yang memberikan izin dan waktu untuk menyelesaikan tesis ini, serta sahabat dan teman-teman di Interstudi yang telah



memberikan pengertiannya terhadap kesibukan penulis.

- Serta semua pihak yang tak dapat penulis sebutkan satu persatu di sini, yang telah banyak membantu terwujudnya tesis ini.

Dan atas bantuan, bimbingan, pengarahan serta doa restu yang telah diberikan, sekali lagi penulis ucapkan banyak terima kasih. Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas amal baik yang dicurahkan dan selalu melindungi kita semua. Amin.

Akhirnya, penulis berharap semoga tesis ini bermanfaat bagi orang lain, terutama sebagai sumbangan untuk mengembangkan studi Ilmu Komunikasi di Indonesia.

Jakarta, Juli 1994

Penulis,

Novi Andayani Praptiningsih

## DAFTAR ISI

	hal
Abstrak .....	i
Kata Pengantar .....	iii
Daftar Isi .....	vii
Daftar Tabel .....	ix
Daftar Bagan .....	xiii
Bab I      Pendahuluan	
A. Latar Belakang Permasalahan .....	1
B. Pokok Permasalahan .....	8
C. Tujuan Penelitian .....	10
D. Signifikansi Penelitian .....	10
Bab II     Tinjauan Literatur dan Kerangka Teori	
A. Tinjauan Literatur	
1. Sejarah Perkembangan Riset <i>Uses and Gratifications</i> .....	12
2. Kritik terhadap Pendekatan <i>Uses and Gratifications</i> .....	13
B. Kerangka Teori .....	16
Bab III    Metode Penelitian	
A. Sifat Penelitian .....	30
B. Populasi .....	30
C. Sampel .....	32
D. Metode dan Teknik Pengumpulan Data .....	35
E. Prauji Pertanyaan Penelitian .....	37
F. Analisis Data .....	38
G. Operasionalisasi Konsep dan Pengukurannya .....	43
H. Keterbatasan Penelitian .....	45

<b>Bab IV</b>	<b>Hasil Penelitian</b>	
	<b>A. Pola Penggunaan Media Televisi dan Media Lain</b>	
	1. Karakteristik Responden .....	49
	2. Pola Penggunaan Televisi .....	53
	3. Penggunaan Media Lain .....	58
	4. Kebiasaan Menonton Responden .....	66
	5. Pendapat Responden .....	69
	a. Kadar Kesukaan .....	69
	b. Penilaian Responden .....	72
	<b>B. Kepuasan yang Dicari (Gratifications Sought) dan Kepuasan yang Diperoleh (GO)</b>	
	1. Kepuasan yang Dicari (Gratifications Sought) .....	75
	2. Kepuasan yang Diperoleh (Gratifications Obtained) .....	82
	<b>C. Test T</b>	
	1. Kepuasan yang Dicari (Gratifications Sought) .....	91
	2. Kepuasan yang Diperoleh (Gratifications Obtained) .....	96
	<b>D. Kesenjangan Kepuasan</b> .....	99
<b>Bab V</b>	<b>Penutup</b>	
	<b>A. Kesimpulan dan Diskusi</b> .....	105
	<b>B. Saran</b> .....	112
<b>Daftar Kepustakaan</b> .....		116
<b>Lampiran-Lampiran</b>		

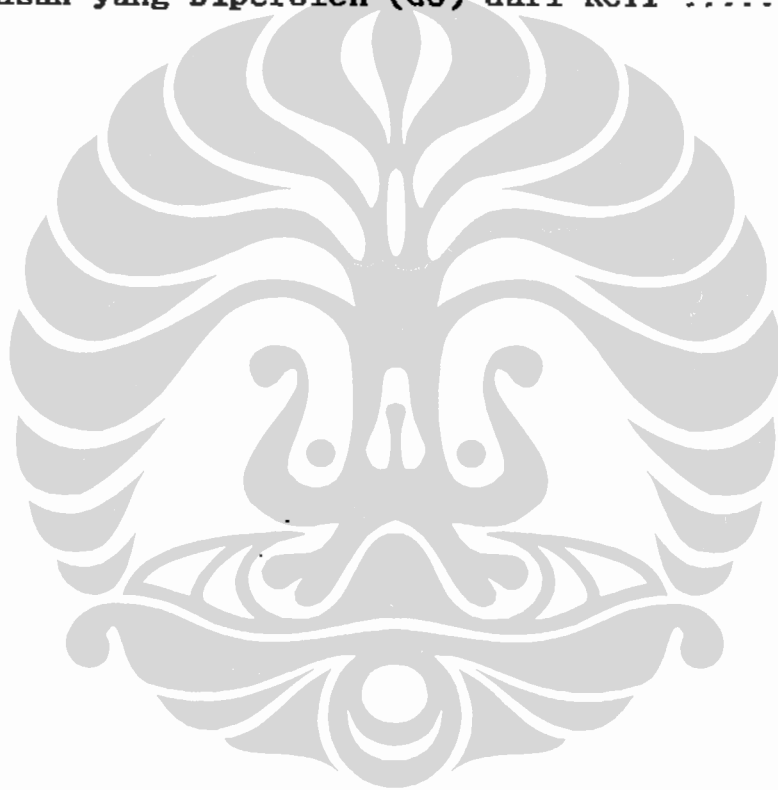
## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Prosentase Penduduk DKI Jakarta Berusia Di Atas 10 Tahun Yang Mendengarkan Radio, Menonton Televisi, dan Membaca Surat kabar / Majalah Tahun 1978 - 1984 .....	2
2. Daftar Pemilikan Pesawat Televisi Di Indonesia dan Jakarta ( 1985 - 1989 ) .....	3
3. Prosentase Proporsi Siaran TVRI (Programa 1) dan RCTI .....	8
4. Jumlah Pemilik KTP di DKI Jakarta Raya .....	31
5. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Lokasi .....	50
6. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	50
7. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia .....	51
8. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pendidikan .....	51
9. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	52
10. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Status Perkawinan .....	52
11. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pengeluaran Per-bulan .....	53
12. Tingkat Frekuensi Rata-rata Menonton Televisi Menurut Jumlah Hari Dalam 1 Minggu .....	54
13. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Rata-rata Lama Menonton Televisi Dalam Sehari .....	55
14. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Cara Menonton Televisi .....	55

15. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Sumber Informasi Tentang Acara Televisi .....	56
16. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Dua Sumber Informasi Tentang Acara Televisi ...	56
17. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Tiga Sumber Informasi Tentang Acara Televisi ..	57
18. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Empat Sumber Informasi Tentang Acara Televisi	57
19. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Penggunaan Media Lain Untuk Memperoleh Informasi	58
20. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Penggunaan Media Lain Untuk Memperoleh Hiburan	59
21. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Surat kabar Sebagai Sumber Untuk Memperoleh Informasi Menurut Nama Mediana .....	60
22. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Surat kabar Sebagai Sumber Untuk Memperoleh Hiburan Menurut Nama Mediana .....	61
23. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Majalah Sebagai Sumber Untuk Memperoleh Informasi Menurut Nama Mediana .....	61
24. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Majalah Sebagai Sumber Untuk Memperoleh Hiburan Menurut Nama Mediana .....	62
25. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Tabloid Sebagai Sumber Untuk Memperoleh Informasi Menurut Nama Mediana .....	64
26. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Tabloid Sebagai Sumber Untuk Memperoleh Hiburan Menurut Nama Mediana .....	64
27. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Radio Sebagai Sumber Untuk Memperoleh Informasi Menurut Nama Mediana .....	65

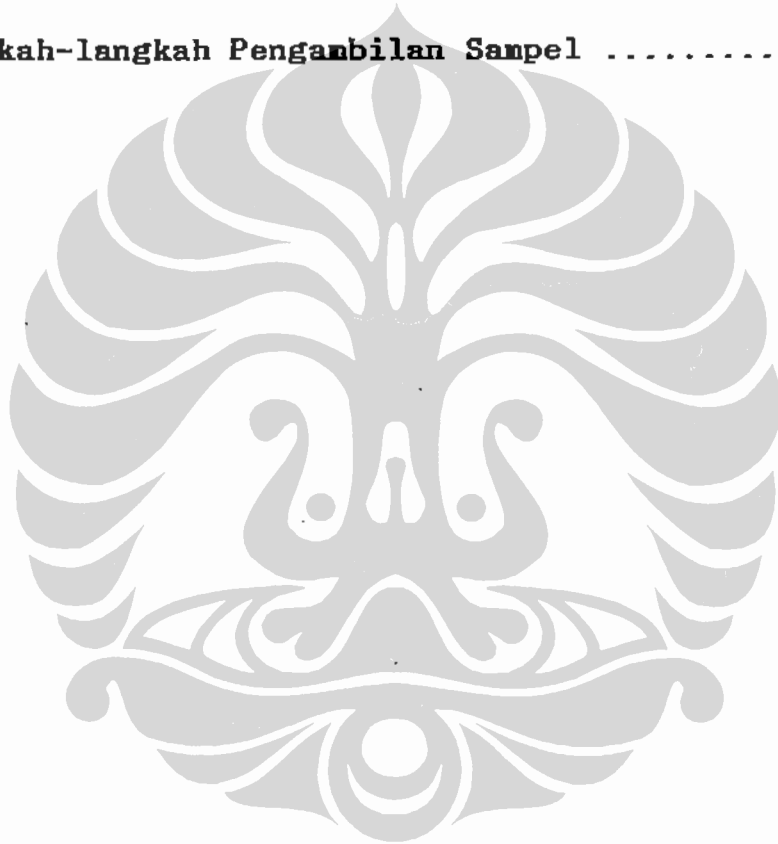
28. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Radio Sebagai Sumber Untuk Memperoleh Hiburan Menurut Nama Mediana .....	66
29. Kebiasaan Responden Menonton TVRI Menurut Program Acaranya .....	67
30. Kebiasaan Responden Menonton RCTI Menurut Program Acaranya .....	68
31. Kadar Kesukaan Responden Terhadap Program Acara TVRI .....	70
32. Kadar Kesukaan Responden Terhadap Program Acara RCTI .....	71
33. Penilaian Responden Terhadap Program Acara TVRI .....	73
34. Penilaian Responden Terhadap Program Acara RCTI .....	74
35. Kepuasan yang Dicari Responden pada TVRI .....	78
36. Kepuasan yang Dicari Responden pada RCTI .....	80
37. Kepuasan yang Diperoleh Responden dari TVRI ...	84
38. Kepuasan yang Diperoleh Responden dari RCTI ...	88
39. Perbandingan Kepuasan yang Diperoleh dari TVRI dengan RCTI .....	88
40. Test T Kepuasan yang Dicari dari TVRI Menurut Jenis Kelamin Responden .....	91
41. Test T Kepuasan yang Dicari dari RCTI Menurut Jenis Kelamin Responden .....	93
42. Perbandingan Kepuasan yang Dicari Responden dari TVRI dengan RCTI Menurut Jenis Kelamin ...	94
43. Test T Kepuasan yang Diperoleh dari TVRI Menurut Jenis Kelamin Responden .....	96

44. Test T Kepuasan yang Diperoleh dari RCTI Menurut Jenis Kelamin Responden .....	98
45. Perbandingan Test T Kepuasan yang Diperoleh Responden dari TVRI dan RCTI Menurut Jenis Kelamin .....	100
46. Tabel Silang Kepuasan yang Dicari (GS) dengan Kepuasan yang Diperoleh (GO) dari TVRI .....	102
47. Tabel Silang Kepuasan yang Dicari (GS) dengan Kepuasan yang Diperoleh (GO) dari RCTI .....	103



## DAFTAR BAGAN

Bagan	Halaman
1. Asumsi Dasar Pemenuhan Kebutuhan dan Perolehan Kepuasan .....	19
2. Model Media Gratifications .....	22
3. Langkah-langkah Pengambilan Sampel .....	33





# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Permasalahan

Di dalam kehidupan sehari-hari manusia tidak akan terlepas dengan masalah komunikasi, karena komunikasi merupakan proses sosial yang sangat mendasar dalam kehidupan manusia. Dunia saat ini sedang mengalami revolusi informasi dalam perubahan ke era gelombang ketiga (Alvin Toffler, 1980). Ciri dari peradaban ketiga ditandai dengan kemajuan di bidang teknologi komunikasi. Salah satu indikasi yang bisa dilihat di dunia saat ini adalah kecenderungan ke arah terbentuknya masyarakat informasi, di mana informasi memegang peranan penting dalam kehidupan manusia. Revolusi komunikasi yang saat ini melanda dunia menimbulkan berbagai macam perkembangan dan kemajuan di bidang teknologi komunikasi, termasuk media elektronika.

Media yang telah banyak menarik perhatian adalah televisi. Hal ini disebabkan karena kelebihan yang dimiliki televisi jika dibandingkan dengan media lainnya, antara lain karena dampak yang disajikan melalui televisi akan lebih nyata dan efektif daripada radio, surat kabar atau majalah (Alfian & Chu, 1981).

Televisi telah 'merakyat' dan diminati masyarakat dapat dilihat dalam data berikut :

Tabel 1  
 Prosentase Penduduk DKI Jakarta Berusia Di Atas 10 Tahun  
 Yang Mendengarkan Radio, Menonton Televisi  
 dan Membaca Surat kabar / Majalah  
 Tahun 1978 - 1984

Kegiatan	1978	1982	1984
Mendengarkan Radio	61.9 %	76.3 %	66.5 %
Menonton Televisi	53.8 %	87.5 %	91.7 %
Membaca Surat kabar/Majalah	49.6 %	48.4 %	56.1 %

Sumber : Biro Pusat Statistik, *Indikator Kesejahteraan Rakyat*, h. 75.

Dari tabel di atas tampak bahwa pada tahun 1984 penduduk DKI Jakarta yang berusia di atas 10 tahun, paling banyak menonton televisi (91.7 %), dibandingkan dengan mendengarkan radio dan membaca surat kabar atau majalah.

Dengan munculnya televisi di Indonesia, tak dapat dipungkiri bahwa media massa lain merasakan dampaknya, yakni mulai berkurangnya minat masyarakat terhadap media massa lain tersebut. Ini memperkuat pendapat bahwa televisi membawa dampak menurunnya popularitas media lain yang telah ada sebelumnya, seperti bioskop, surat kabar, majalah dan radio (M. Sandman; M. Rubin; B. Sachman, 1982).

Di Indonesia, jumlah pemilikan pesawat televisi meningkat dengan cepat, yang sebagian besar terpusat di Jakarta

(Alfian & Chu, 1981). Perkembangan jumlah pesawat televisi di Indonesia dan Jakarta sejak tahun 1985 hingga 1989 dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 2  
Daftar Pemilikan Pesawat Televisi di Indonesia dan Jakarta  
( 1985 - 1989 )

Tahun	Jumlah Pemilik Pesawat Televisi di Indonesia	Jumlah Pemilik Pesawat Televisi di Jakarta
1985	5.671.724	1.183.400
1986	5.703.579	1.209.215
1987	5.892.723	1.215.312
1988	5.894.262	1.257.241
1989	5.930.471	1.262.097

Sumber : Biro Pusat Statistik, Statistik Indonesia 1990, h.415.

Tabel di atas menunjukkan bahwa pemilikan pesawat televisi setiap tahun bertambah. Data dari Biro Pusat Statistik ini diperoleh dari jumlah resmi pesawat televisi yang terdaftar di Kantor Pos & Giro. Tetapi menurut Direktur Jenderal Radio, Televisi dan Film, masih ada sekitar 30 persen pesawat televisi yang belum terdaftar (Subrata, 1985).

Televisi sebagai salah satu bentuk teknologi komunikasi massa memiliki keunikan dalam proses penyampaian pesan karena dapat menyajikan suara sekaligus gambar yang membutuhkan penglihatan dan pendengaran, sehingga mudah diikuti dan dimengerti. Itulah sebabnya televisi juga disebut sebagai

media "audio visual". Kalau dahulu siaran televisi dikatakan menguasai ruang, tetapi tidak menguasai waktu karena siarannya tidak dapat diulang atau dilihat kembali, maka kini sesuai dengan perkembangan teknologi, siaran televisi dapat dilihat kembali dengan cara merekamnya melalui video.

Perkembangan pertelevisian di Indonesia menunjukkan gejala yang menarik yang terjadi belakangan ini, dengan munculnya televisi swasta. Pilihan khalayak menjadi semakin terbuka terhadap program acara yang disajikan oleh masing-masing saluran televisi tersebut. TVRI, yang dahulu merupakan media televisi tunggal, terpaksa harus menghadapi kompetisi dengan televisi swasta. Situasi kompetisi antar media televisi untuk memperebutkan khalayak pemirsanya merupakan konsekuensi yang harus dihadapi. Pada situasi semacam ini, masing-masing media berupaya mempertahankan diri agar tetap hidup, yakni dengan menyajikan program acara semenarik mungkin, agar tetap dicintai oleh khalayak pemirsanya.

Selama kurun waktu hampir 31 tahun, di Indonesia hanya ada satu lembaga saluran media televisi, yaitu Televisi Republik Indonesia (TVRI) yang merupakan televisi milik pemerintah. TVRI mengudara pertama kali pada 24 Agustus 1962 dengan Keputusan Presiden No. 215/Keppres/1963. Pada tahun 1976, stasiun TVRI telah memanfaatkan kemajuan teknologi komunikasi satelit SKSD Palapa, sehingga siarannya mampu menjangkau sebagian besar daerah di Indonesia. TVRI saat ini

memiliki 12 stasiun penyiaran, tujuh stasiun produksi keliling (SPK) serta 300 pemancar (satuan transmisi) di seluruh Indonesia. Kemudian muncul televisi swasta Rajawali Citra Televisi Indonesia (RCTI) yang mulai menayangkan siarannya pada tanggal 24 Agustus 1989. Selanjutnya menyusul Televisi Pendidikan Indonesia (TPI), AN teve, serta Surya Citra Televisi (SCTV) yang baru bulan Agustus 1993 mulai menayangkan siarannya secara nasional.

Berdasarkan SK Kerjasama No. 12/SP/Dir/TV/1988 tanggal 26 Pebruari 1988, RCTI mulai beroperasi sebagai siaran Saluran Terbatas (SST). Kemudian berdasarkan SK Dirjen Radio, Televisi dan Film No. 1286/RTF/K/VI/91 tanggal 21 Juli 1991, RCTI mulai bersiaran melalui Satelit Palapa, sehingga dapat menjangkau penonton di seluruh Indonesia.

Kehadiran saluran televisi baru sebagai media alternatif tentunya dapat memenuhi harapan pemirsa dalam memilih program acara yang diminatinya. Masing-masing stasiun televisi akan memacu peningkatan mutu siarannya dan menampilkan ciri khas tersendiri dalam program acaranya, serta berusaha menyajikan tayangannya semenarik mungkin agar dapat memuaskan pemirsanya.

Dengan hadirnya televisi swasta, TVRI mulai melakukan perombakan dan mencoba membuat gebrakan baru, antara lain dengan membuka Program 2. Bahkan menurut rencana, diupayakan

untuk kembali menyiarkan iklan. Pola peliputan juga berubah, tidak lagi meliput kegiatan-kegiatan pemerintah dan seremonial saja. Dan baru-baru ini TVRI membentuk tim "news hunter" yang bertugas sebagai pemburu berita-berita aktual di kawasan Jakarta, Bogor, Tangerang dan Bekasi. Dalam operasinya, tim ini dibekali sarana radio panggil (*pager*) dan mobil untuk mempermudah proses peliputan. Sebenarnya pola peliputan yang beritanya selalu aktual dan tidak memihak ini telah diterapkan RCTI lewat acara Seputar Indonesia (Tempo, 14 Desember 1991).

Dalam penelitian ini, obyek penelitian penulis batasi hanya pada dua saluran televisi, yaitu : TVRI yang merupakan saluran televisi pemerintah dan RCTI yang merupakan saluran televisi swasta. Alasan peneliti memilih RCTI yang merupakan televisi swasta sebagai obyek penelitian adalah karena RCTI merupakan saluran televisi swasta pertama dan tertua di Indonesia, dan siarannya berlingkup nasional. Di samping itu, berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan Survey Research Indonesia (SRI) terhadap 1778 responden penduduk usia dewasa (di atas 17 tahun) dari jumlah populasi sebanyak 7.071.000 orang di Jakarta pada bulan September 1992, diperoleh data bahwa saluran televisi yang paling banyak ditonton orang adalah RCTI (46 %) dan TVRI Programa 1 (Program Nasional) sebanyak 37 %. Kemudian menyusul penonton TVRI Programa 2 (Program Ibukota) sebanyak 12 % dan TPI sebanyak 5 %. Dari

hasil penelitian tersebut di atas, jelaslah bahwa RCTI dan TVRI Program 1 paling banyak ditonton oleh penduduk Jakarta berusia dewasa.

Penulis tidak memasukkan TVRI Program 2 (Program Ibukota) dalam penelitian ini. Pertimbangannya adalah karena Program 2 hanya mengudara 4 1/2 jam sehari (Senin - Jumat), yaitu mulai pukul 16.30 hingga 21.00 WIB, dan setelah pukul 21.00, Program 2 bergabung dengan Program 1.

Saluran TVRI Program 1 dan RCTI memiliki karakteristik yang berlainan, karena beberapa perbedaan yang mendasar. TVRI dengan moto "*menjalin persatuan dan kesatuan*" merupakan stasiun pertama di Indonesia yang juga sebagai stasiun pemerintah. Sumber dana TVRI diperoleh dari subsidi pemerintah (melalui dana APBN) dan iuran pemilik televisi. TVRI yang mengudara selama 15 jam sehari pada hari kerja (Senin - Jumat) dan 17 jam sehari pada akhir pekan (Sabtu, Minggu dan hari libur), mempunyai proporsi siaran : 47 % hiburan dan olahraga, 23 % siaran pemerintahan dan siaran berita, dan 30 % siaran pendidikan, agama dan kebudayaan (Bagian Siaran TVRI, 1994).

Sedangkan RCTI yang mempunyai motto "*menghadirkan pentas dunia di rumah anda*" , memperoleh dana terbesar dari iklan. RCTI mampu mengudara 19 jam sehari pada hari kerja (Senin - Jumat) dan 21 jam sehari pada akhir pekan (Sabtu,

Minggu dan hari libur). RCTI yang menyatakan sebagai *saluran hiburan dan informasi*, mempunyai proporsi siaran : 50 % hiburan dan olahraga, 20 % pendidikan, agama dan kebudayaan, 10 % siaran pemerintahan dan siaran berita TVRI, 20 % siaran niaga/iklan (PR Departement, 1994).

Agar lebih jelas, perbedaan proporsi siaran TVRI dan RCTI dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 3  
Prosentase Proporsi Siaran TVRI (Programa 1) dan RCTI

Program Siaran	TVRI	RCTI
* Hiburan dan Olahraga	47 %	50 %
* Siaran Pemerintahan & Siaran Berita TVRI	23 %	10 %
* Siaran Pendidikan, Agama dan Kebudayaan	30 %	20 %
* Siaran Niaga (iklan)	-	20 %

Berdasarkan perbedaan karakteristik di atas, penulis ingin mengetahui pola penggunaan, kepuasan yang dicari, kepuasan yang diperoleh, dan ada tidaknya kesenjangan kepuasan pemirsa TVRI dan RCTI.

## B. Pokok Permasalahan

Sejalan dengan kebutuhan manusia yang beraneka ragam, media massa dapat dijadikan sarana pemuas kebutuhan manusia yang juga semakin beragam, khususnya kebutuhan komunikasi.



Walaupun orang dapat mengkonsumsi sebanyak mungkin media massa, namun pada akhirnya seseorang akan memilih media massa tertentu. Alasan seseorang memilih media tertentu menurut pendekatan *Uses and Gratifications* ialah dihubungkan dengan pemuasan kebutuhan (Katz, Blumler & Gurevitch, 1974). Dengan demikian, pemilihan seseorang atas media tertentu didasarkan pada pemenuhan kebutuhan sehingga menghasilkan kepuasan. Dengan kata lain, semakin besar kepuasan yang diperoleh, berarti semakin terpenuhi kebutuhan orang tersebut, maka ia mengkonsumsi media tersebut.

Dengan mengkonsumsi media tertentu, seseorang mendapatkan kepuasan yang lebih besar daripada jika ia menggunakan pada media massa lain, karena setiap orang mempunyai motif menggunakan media massa atau kepuasan yang dicari dari media massa. Tetapi itu tidak berarti suatu medium komunikasi dapat dengan tepat memenuhi seluruh kepuasan seseorang. Seringkali terdapat kesenjangan antara apa yang diinginkan seseorang dari media massa dengan apa yang diperoleh orang tersebut setelah mengkonsumsi media massa yang bersangkutan.

Yang menjadi permasalahan adalah jika seseorang mengkonsumsi dua jenis media massa yang sama, misalnya media televisi A dan B, serta memperoleh kepuasan dari keduanya, tentu ada salah satu di antara kedua media tersebut yang memberikan sumbangan lebih besar dibandingkan yang lain. Disamping itu juga dapat terjadi kemungkinan terdapat kesen-

jangan antara kepuasan yang dicari pemirsa dengan kepuasan nyata yang diperoleh dari kedua media televisi tersebut.

Masalah tersebut akan dikaji dengan menelaah kepuasan yang dicari serta kepuasan yang diperoleh pemirsa kedua saluran televisi, yaitu TVRI dan RCTI. Secara lebih konkrit, penjabaran permasalahan yang akan dikupas dalam penelitian ini dapat dirumuskan dalam bentuk pertanyaan berikut :

- a. Bagaimana kepuasan yang dicari (Gratification Sought) pemirsa TVRI dan RCTI ?
- b. Bagaimana kepuasan yang diperoleh (Gratification Obtained) pemirsa terhadap tayangan RCTI maupun TVRI ?
- c. Apakah ada kesenjangan antara kepuasan yang dicari dengan kepuasan yang diperoleh pemirsa baik dari TVRI maupun RCTI ?

### C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan pokok permasalahan di atas, maka tujuan penelitian diarahkan pada hal-hal sebagai berikut :

- a. Mengetahui tingkat kepuasan yang dicari (gratification sought) pemirsa TVRI maupun RCTI
- b. Mengetahui tingkat kepuasan yang diperoleh (gratification obtained) dari tayangan RCTI dan TVRI.
- c. Menggambarkan kesenjangan antara kepuasan yang dicari (GS) dengan kepuasan yang diperoleh (GO) pada TVRI maupun RCTI.

#### D. Signifikansi Penelitian

Penelitian ini diharapkan memiliki signifikansi, baik secara teoritis maupun praktis. Dari segi *teoritis*, penelitian ini mengembangkan studi tentang kesenjangan kepuasan dalam pendekatan *Uses and Gratifications*. Dengan demikian, diharapkan studi ini akan dapat memberikan sumbangan bagi perkembangan penelitian dalam bidang ilmu komunikasi di Indonesia.

Dari segi *praktis*, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pengelola TVRI maupun RCTI agar dapat memanfaatkannya dalam penyusunan program acara yang sesuai dengan harapan para pemirsa, sehingga masing-masing media mampu memuaskan pemirsanya semaksimal mungkin.

## BAB II

### TINJAUAN LITERATUR DAN KERANGKA TEORITIS

#### A. TINJAUAN LITERATUR

##### 1. Sejarah Perkembangan Riset *Uses and Gratifications*

Pendekatan *Uses and Gratifications* mulai populer sekitar tahun 1950 dan akhir tahun 1960. Pendekatan ini muncul sebagai akibat ketidakpuasan terhadap hasil temuan studi efek media massa sebelumnya. Pendekatan ini juga merefleksikan keinginan untuk memahami lebih dalam keterlibatan khalayak dalam proses komunikasi massa dan mengubah pandangan terhadap citra khalayak yang dianggap pasif. Blumler (1964) melihat pendekatan *Uses and Gratifications* sebagai intervening variabel yang berada di antara pesan media yang dikomunikasikan dengan dampaknya pada khalayak. Menurut Blumler, dengan menggunakan pendekatan ini kita lebih dapat mengeksplorasi penemuan efek-media dibandingkan dengan menggunakan strategi pendekatan yang lama, karena efek itu sendiri bergantung pada intervening variabel. Dari pendekatan ini dapat ditemukan berbagai orientasi khalayak terhadap media dan faktor-faktor komunikasi lain yang relevan, seperti : peranan dan kondisi sosial masyarakat, pola konsumsi media, dan proses efek itu sendiri.

Ada dua asumsi yang mendasari pendekatan *Uses and Gratifications*, yaitu : (1) penggunaan media itu bergantung

pada lingkungan sosiologis khalayak, seperti : struktur kelompok dan konteks situasi dimana khalayak itu berada. Dan (2) riset *Uses and Gratifications* yang didasari oleh prinsip-prinsip psikologis bahwa persepsi manusia bukanlah proses yang pasif, tetapi merupakan proses strukturisasi dan pengorganisasian yang aktif. Jadi, gratifikasi yang dicari oleh khalayak diasumsikan sebagai akibat proses psikologis yang aktif dari rangkaian yang membentuk tindakan.

Dengan munculnya medium televisi membawa pengaruh perkembangan riset komunikasi massa yang berkaitan dengan medium ini. Karena televisi dipakai amat luas di kalangan anak-anak, maka muncul penelitian skala besar pada tahun 1950-an hingga awal 1960, antara lain penelitian yang dilakukan Himmelweit (1958) dan Schramm (1961). Metode *Uses and Gratifications* cukup berkembang dan digunakan untuk meneliti skala besar terhadap penggunaan waktu anak-anak menonton televisi. Pendekatan ini menampilkan perilaku media dan variabel perhatian (*attention*) pada televisi.

## 2. Kritik terhadap Pendekatan *Uses and Gratifications*

Meskipun pendekatan *Uses and Gratifications* belum sempurna sebagai teori umum yang tunggal (*single general theory*), bukan berarti bahwa keberadaannya *atheoretical*. Kelemahan teoritisnya menyebabkan berbagai kritik dituduhkan kepadanya, antara lain : *atheoretical* (Elliot, 1974), *eclectic*

yang berlawanan (Swanson, 1976), terperangkap ke dalam logika fungsionalisme (Carey & Kreiling, 1974), posisinya tidak menentu dalam fungsionalisme (Swanson, 1976). Menurut Swanson (1976) kelemahan tersebut terletak pada teori yang mendasari riset *Uses and Gratifications* tidak jelas. Dan kritik-kritik tersebut kelihatannya beranjak dari ekspektasi yang salah, menurut Blumler. Untuk mengidentifikasi kesalahan tersebut perlu penelusuran kembali atas dasar historisnya.

Tidaklah adil memperlakukan teori *Uses and Gratifications* secara berbeda-beda. Masing-masing teoritis berdiri pada kubu yang mereka bangun, seperti : Peruse Blumler & Katz (1974), Wright (fungsionalis), McQuail dan McGuire, dan Rosengren. Siapapun yang memasuki arena teoritis akan menjadi sasaran kritik. perlu dipertegas bahwa riset *Uses and Gratifications* bertolak dari pengalaman khalayak itu sendiri. Bukan disalahartikan oleh kelompok tertentu dan pandangan yang keliru para teoritis yang menganggap dirinya lebih tahu daripada khalayaknya. Jay G. Blumler sependapat dengan Swanson (1976) tentang pentingnya analisis konseptual.

Kritik-kritik lain menyatakan bahwa pendekatan *Uses and Gratifications* sangat mentalistik, karena meletakkan pada kondisi dan proses mental. Pendekatan ini dianggap individualistik, karena membahas proses intra-individual, yang kemudian digeneralisasikan sebagai aggregate individual dan

tidak dapat diubah ke dalam struktur dan proses sosial. Kurangnya teori sosial yang mendukung, pendekatan ini dianggap *static-abstraction*. Proses komunikasi massa diperlakukan secara terpisah dari proses sosial lainnya. Variabel sosial diperkenalkan pada tahap akhir analisis, tetapi variabel tersebut diabstraksikan dari konteks sosial, sehingga menempatkan ini pada persoalan makna.

*Static-abstraction* secara keseluruhan mendasari timbulnya persoalan lain dalam pendekatan ini, yaitu : *low explanatory power*, yang nampaknya menjadi hubungan terbalik antara : tingkat abstraksi dan generalisasi studi, serta interest dari hasilnya. Pendekatan ini juga memunculkan persoalan yang umumnya berkaitan dengan fungsionalisme.

Masalah implikasi pada pendekatan *Uses and Gratifications* ini menimbulkan kesulitan, terutama masalah yang menyangkut *dysfunction*. *Dysfunction* merupakan jenis kepuasan yang oleh para peneliti diduga menimbulkan akibat yang merusak masyarakat. Pada level individu, berbagai gratifikasi fungsional dan disfungsional akan jelas dipahami melalui pandangan kritikal para teoritis *popular culture*. Sedangkan disfungsi sosial tidak memiliki dasar yang kokoh, terutama bila digunakan pada masyarakat keseluruhan atau untuk menilai kualitas hidup masyarakat pada umumnya. Persoalan yang sama juga terjadi pada studi Brian Emmett. Katz, Blumler dan Gurevitch (1974) menyatakan bahwa implikasi disfungsi itu

sebagai evaluasi negatif yang ada pada pendekatan *Uses and Gratifications* itu sendiri. Menurut Nordenstreng (1970) persoalan fungsional dan disfungsional hanya bisa dirumuskan ke dalam pengertian fungsionalisme.

## B. KERANGKA TEORI

Pendekatan yang memfokuskan diri pada *media gratifications* (kepuasan-kepuasan dari media) berawal dari pandangan bahwa seseorang merupakan selektor media komunikasi yang aktif, bukan sebagai penerima yang pasif (Stephen W. Littlejohn, 1987). Pendekatan ini dikenal dengan nama *Uses and Gratifications*. Pendekatan ini muncul sebagai kritik atas teori Jarum Suntik yang dikemukakan Lasswell yang menganggap khalayak hanya menerima, pasif dan tidak mempunyai kebebasan memilih. Perhatian beralih, bukan lagi pada apa yang media lakukan terhadap orang banyak, tetapi sebaliknya.

Secara umum, khalayak merujuk pada sekumpulan individu yang menggunakan produk dari unit media. Anggota khalayak mengkonsumsi apa yang diproduksi media. Dari sudut komunikator massa, seseorang harus melakukan tindakan untuk menjadi bagian khalayak. Ia harus membeli, membaca, mendengar atau menonton. Anggota khalayak merupakan partisipan aktif dalam komunikasi massa. Mereka menyeleksi, mengkonsumsi, terpengaruh oleh dan bereaksi atas isi media massa (Ray Eldon Hiebert, Donald F. Ungurait, Thomas W. Bohn, 1979 ).



Menurut Katz, Blumler & Gurevitch, pendekatan *Uses and Gratifications* mempunyai asumsi dasar : " Audiens adalah aktif, memiliki kebutuhan-kebutuhan tertentu dan secara sadar atau sengaja memiliki saluran komunikasi dan pesan-pesan yang paling mungkin memenuhi kebutuhan-kebutuhannya ".

Katz, Blumler dan Gurevitch (1974) mengemukakan beberapa faktor sosial yang menyebabkan timbulnya kebutuhan seseorang yang berhubungan dengan media, yaitu :

1. Situasi sosial menimbulkan ketegangan dan pertentangan. Orang berusaha melepaskan dirinya dari hal itu dengan mengkonsumsi media.
2. Situasi sosial menciptakan kesadaran akan adanya masalah-masalah yang membutuhkan perhatian dan informasi. Informasi itu dapat dicari lewat media.
3. Situasi sosial menawarkan kesempatan-kesempatan peningkatan taraf hidup dalam memuaskan kebutuhan-kebutuhan tertentu yang semuanya bisa dipenuhi oleh media massa.
4. Situasi sosial memberikan dukungan dan penguatan pada nilai-nilai tertentu melalui konsumsi media yang selaras.
5. Situasi sosial menyajikan sejumlah harapan yang telah diketahui melalui materi-materi media tertentu. Semua itu harus dipantau agar mendukung kelompok-kelompok sosial yang penting.

Dengan adanya faktor-faktor sosial dan media massa, anggota khalayak secara aktif berhadapan dengan pengalaman mediana, dengan kepuasan yang diharapkan dan yang diperoleh dari berbagai sumber media untuk memuaskan kebutuhannya.

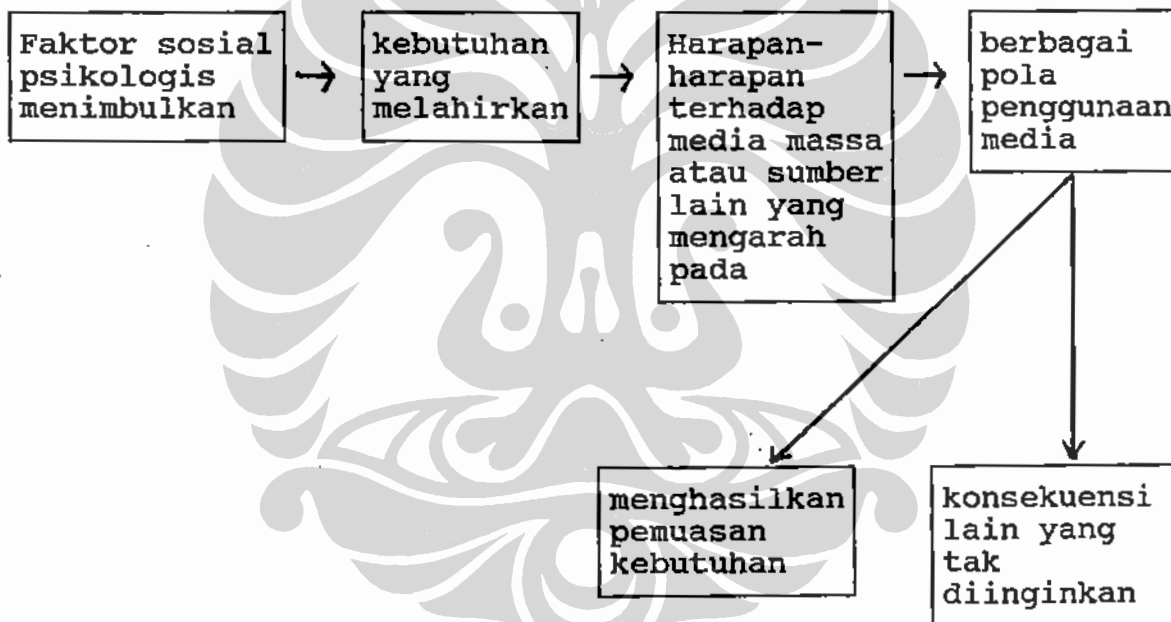
Katz dan kawan-kawan (1974) merumuskan logika yang mendasari penelitian tentang bagaimana khalayak memperoleh kepuasan karena kebutuhannya terpenuhi, yang mempersoalkan : (1) sumber-sumber sosial psikologis dari (2) kebutuhan-kebutuhan, yang menimbulkan (3) harapan-harapan tentang (4) media massa atau sumber-sumber lain yang mengarah pada (5) pola-pola yang berbeda dalam terpaan media atau keterlibatan dalam aktivitas lain, menghasilkan (6) gratifikasi kebutuhan dan (7) konsekuensi-konsekuensi lain yang sebagian besarnya barangkali tidak diinginkan (Dennis Mc.Quail & Sven Windahl, 1985).

Menurut Palmgreen, para pelopor pendekatan *Uses and Gratifications* mempunyai kesepakatan atas dua hal yang menyangkut kebutuhan media, yaitu :

- a. Dengan bertitik tolak dari sifat-sifat media, dapat dikatakan bahwa media yang sifat-sifatnya berbeda (atau sama), cenderung memberikan pemuasan kebutuhan yang berbeda (atau sama);
- b. Jika bertitik tolak dari struktur kebutuhan-kebutuhan laten, dapat dikatakan bahwa kebutuhan-kebutuhan yang secara psikologis dan konseptual serupa, akan dipuaskan

oleh media yang sama (atau media dengan sifat-sifat yang sama).

Katz dan kawan-kawan kemudian merumuskan sejumlah asumsi tentang bagaimana khalayak memperoleh kepuasan karena kebutuhannya terpenuhi (Denis Mc.Quail & Sven Windhal, 1981). Secara lebih konkrit, asumsi dasar yang sekarang menjadi pernyataan klasik itu dapat dilihat dalam bagan berikut:



Selanjutnya Rosengren memunculkan skema konseptual yang terperinci yang menggambarkan dimensi-dimensi umum paradigma pendekatan *Uses and Gratifications*. Pernyataan-pernyataan tersebut berkembang menjadi seperangkat asumsi yang digunakan dalam penelitian gratifikasi media (Denis McQuail & Sven Windhal, 1985). Menurut Palmgreen, Wenner dan

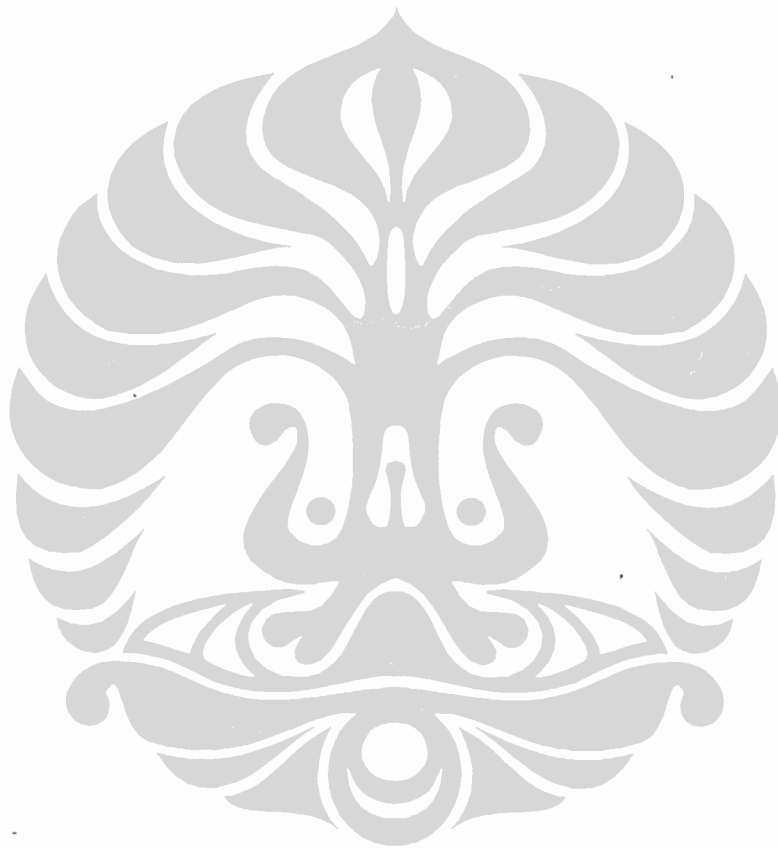
Rosengren, asumsi-asumsi dasar terpenting dari pendekatan ini adalah :

1. Khalayak aktif, maka
2. penggunaan media dapat dipandang sebagai pencapaian tujuan, tetapi
3. terjadi persaingan dengan sumber-sumber pemenuhan kebutuhan lainnya, sehingga
4. bila khalayak berkeinginan mempertalikan kebutuhan dengan pemilihan media, maka
5. konsumsi mediana dapat memberikan sejumlah besar gratifikasi, meskipun
6. isi media sendiri tidak dapat digunakan untuk memprediksi pola-pola gratifikasi secara tepat, karena
7. karakteristik-karakteristik media membentuk tingkatan, di mana kebutuhan-kebutuhan mungkin dipuaskan pada waktu yang berbeda-beda, dan juga
8. karena gratifikasi yang diperoleh (Gratifications Obtained atau GO) dapat berasal dari isi media, terpaan media, dan atau situasi sosial di mana terpaan terjadi.

Munculnya pendekatan "Uses and Gratification" ini mengundang kritik, antara lain kritik dari *Carey, Kreiling dan Elliot*, yang intinya menyatakan bahwa pendekatan *Uses and Gratification* bersumber pada teori fungsionalisme yang bersifat statis, mempertahankan sistem, sehingga tidak dapat

mengakomodasikan perubahan-perubahan (Palmgreen, 1984).

Berdasarkan kritik itu, Philip Palmgreen mengemukakan model yang berusaha mengintegrasikan proses gratifikasi media dan menempatkan proses gratifikasi ini di dalam keseluruhan perspektif sosial, sebagai berikut :



MODEL MEDIA GRATIFICATIONS :

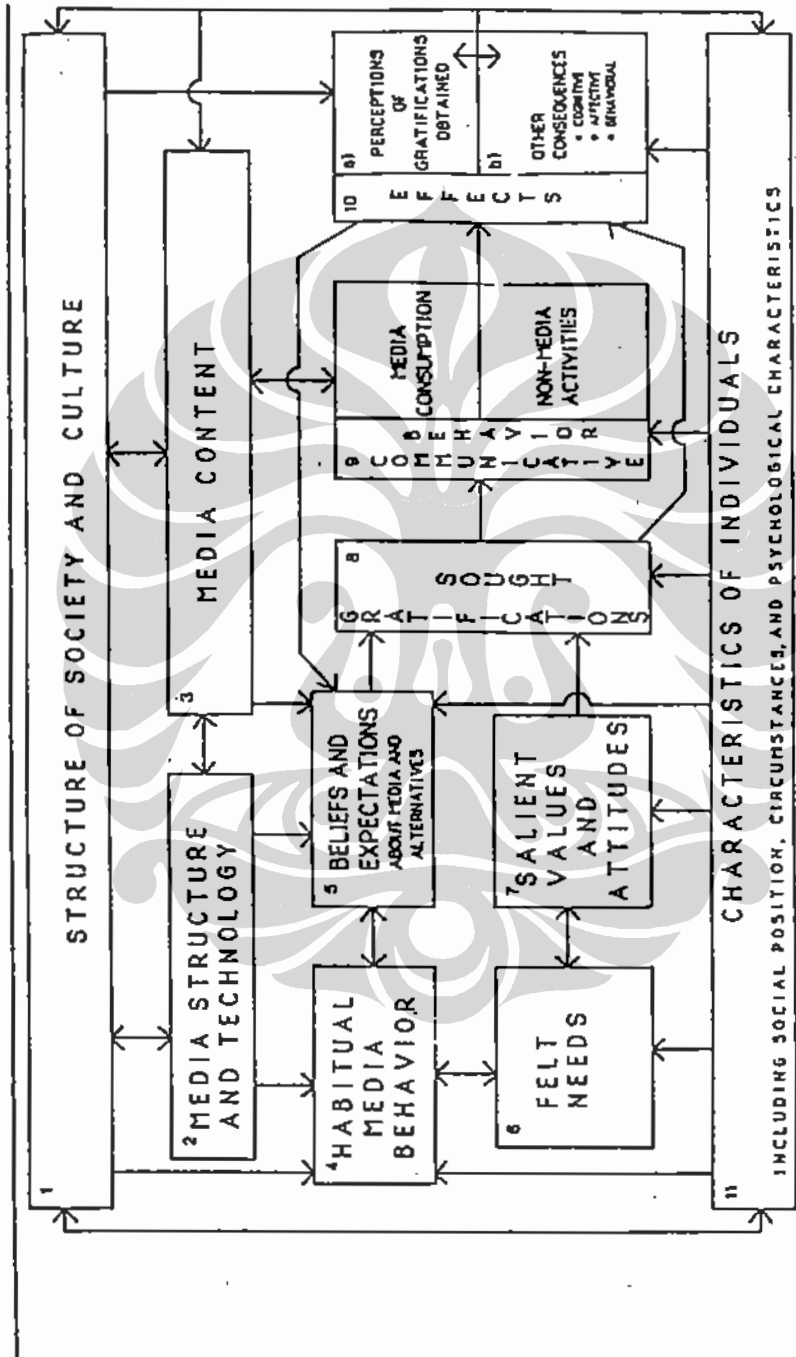


Figure 1.1 A General Media Gratifications Model

Model tersebut selain menjelaskan umpan balik (feed back) dari kepuasan yang diperoleh (gratifications obtained atau GO) ke kepuasan yang dicari/diharapkan (gratifications sought atau GS), juga memperhatikan aspek-aspek sosial psikologis seperti kebutuhan (needs), nilai (values), dan kepercayaan (beliefs); yang menggerakkan motif-motif hingga menjadi perilaku. Selanjutnya perilaku itu sendiri oleh kepercayaan, nilai, dan lingkungan sosial diarahkan menjadi pencarian berbagai gratifikasi melalui konsumsi media dan perilaku non media lainnya. Proses-proses gratifikasi yang terlihat ini berada di tengah bidang interaksi antara struktur sosial dengan karakteristik individu.

Model yang berstruktur multivariat ini, menurut Palmgreen, tidak ada elemen tunggal yang menjadi titik pusat pembahasan. Penekanan bukan pada GO sebagaimana seharusnya penjelasan yang bersifat fungsional tradisional.

Menurut Palmgreen, konsep pemuasan kebutuhan terbagi dua, yaitu : gratifications sought dan gratifications obtained. Gratifications sought menyangkut masalah kepuasan yang diharapkan akan diperoleh jika seseorang mengkonsumsi media tertentu. Sedang Gratifications obtained merupakan kepuasan yang diperoleh setelah seseorang mengkonsumsi media tertentu.

Menurut sejarah perkembangannya, konsep GS dan GO muncul pada pertengahan tahun 1970-an sebagai kritik atas

kelemahan pendekatan *Uses and Gratifications*.

Berdasarkan penelitian-penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa kepuasan khalayak dapat diperoleh paling tidak dari tiga sumber berbeda, yaitu : isi media, pengenaan terhadap media itu sendiri, dan konteks sosial yang merujuk pada situasi pengenaan terhadap media yang berbeda-beda ( Philip Palmgreen, 1974 ).

Sejumlah pakar media, seperti Greenberg, Katz, dan Lometti, menekankan perlunya membedakan motif-motif mengkonsumsi media atau kepuasan yang dicari atau gratifications sought (GS) dengan kepuasan yang diperoleh atau gratifications perceived to be obtained (GO) dari pengalaman tersebut.

Penelitian-penelitian sebelumnya secara empiris tidak menghiraukan perbedaan tersebut, sehingga hubungan teoritis yang penting tidak diketahui.

Namun pada awal tahun 1980-an, sejumlah besar penelitian mengarah langsung pada pengujian hubungan antara GS dan GO, serta kombinasi dan dampak variabel-variabel tersebut di dalam konsumsi media dan efek.

Memperjelas hubungan antara apa yang dicari orang banyak (GS) dengan apa yang mereka peroleh dari pengalaman media (GO) melalui penelitian, tentu saja merupakan sumbangan yang penting bagi pendekatan *Uses and Gratifications*. Hasil penting lain ialah GS dan GO berhubungan dengan cara yang



berbeda-beda terhadap sejumlah variabel seperti : pengenalan (exposure), pilihan program (program choice), ketergantungan media (media dependency), kepercayaan (beliefs), dan evaluasi atribut-atribut media (evaluations of media attributes).

Selain itu, yang juga dapat dikatakan sebagai sumbangan bagi perkembangan pendekatan ini ialah dalam usaha membuat perbedaan empiris yang maksimal antara GS dan GO, para peneliti mengukur kedua konsep dalam tingkat abstraksi yang berbeda. Sebagai contoh, Palmgreen (penelitian tahun 1980 dan 1981) mengukur GS dari berita televisi secara umum dan GO dari program berita malam di jaringan televisi. Sedangkan tahun 1984 ia mengukur GS dan GO dalam tingkat abstraksi yang sama, yaitu berita televisi.

Pengukuran GS dan GO pada tingkat abstraksi yang sama adalah penting sekali untuk membandingkan langsung kepuasan yang diharapkan dengan kepuasan yang diperoleh. Tetapi ada saatnya pengukuran GS-GO pada tingkat yang berbeda lebih menguntungkan. Sebagai contoh, jika kita ingin memprediksi kecenderungan seseorang lebih memilih suatu media dibanding media lain atas dasar GS-GO.

Oleh karena itu, para peneliti harus membedakan GS dan GO secara konseptual, operasional dan analitis. Di masa lalu, kegagalan peneliti membedakan keduanya mengakibatkan kebingungan konseptual dan kesimpulan-kesimpulan yang salah.

Di samping itu, belakangan ini penelitian yang memfokuskan diri pada kedua konsep itu menunjukkan, bahwa pengukuran GS dan GO yang terpisah dalam konteks studi yang sama, seringkali menghasilkan interpretasi yang lebih berbobot dan menambah pengertian tentang proses-proses interaksi khalayak dengan media.

Para peneliti telah melakukan sejumlah studi tentang GS dan GO, antara lain penelitian yang melihat kesenjangan (discrepancies) antara GS dan GO. Philip Palmgreen dan J.D. Rayburn (1979) melakukan penelitian tentang terpaan media televisi dengan menelaah kesenjangan antara kepuasan yang dicari dan kepuasan yang diperoleh. Dalam penelitian itu, mereka memisahkan antara pemirsa dan bukan pemirsa, melalui sejumlah besar pencapaian kepuasan. Dalam studi ini juga ditemukan bahwa di antara faktor-faktor yang membuat seseorang memutuskan untuk menonton atau tidak, pengukuran kesenjangan kepuasan merupakan penentu kedua, lebih kuat daripada faktor demografis tradisional. Kemudian tahun 1981, Palmgreen, Wenner dan Rayburn kembali menguji kesenjangan kepuasan pemirsa program berita tiga jaringan televisi (ABC, NBC dan CBS) sebagai usaha memprediksi pilihan program berita yang diminati (Philip Palmgreen, L.A.Wenner, JD Rayburn II; 1981). Sampel penelitian ini terdiri dari 327 responden pria dan wanita yang menjadi kepala keluarga di Lexington,

Kentucky. Responden dipilih dari buku petunjuk telepon berdasarkan sampel random sistematis, dan diwawancara melalui telepon. Yang berkompeten menjadi responden adalah mereka yang telah menonton paling sedikit satu kali program berita di salah satu jaringan televisi (ABC, NBC, atau CBS) dalam seminggu, dan paling tidak mempunyai pandangan terhadap ketiga jaringan televisi tersebut.

Dalam penelitian Palmgreen dan kawan-kawan ini, mereka membandingkan kepuasan-kepuasan dengan macam isi program (*program content types*). Perilaku pencarian kepuasan lebih abstrak daripada kepuasan yang diperoleh dari pilihan program yang ditonton. Tingkat abstraksi yang digunakan dalam mengkonstruksi GS adalah umum.

Jika kita ingin meneliti program-program dengan macam isi program yang sama di mana tingkat rata-rata GO melebihi tingkat rata-rata GS, lebih baik menggunakan model diskrepansi yang lebih mengkontraskan kepuasan-kepuasan yang mungkin diperoleh dari program-program yang dievaluasi.

Model yang dikemukakan oleh Palmgreen digunakan untuk menjelaskan bagaimana perbedaan-perbedaan dalam GO (dari program-program yang bersamaan jenis atau bersaing) mempengaruhi keputusan pemirsa untuk menonton sebuah program daripada program lainnya.

Penelitian tentang kesenjangan kepuasan dan pilihan program siaran berita ini menghasilkan beberapa kesimpulan,

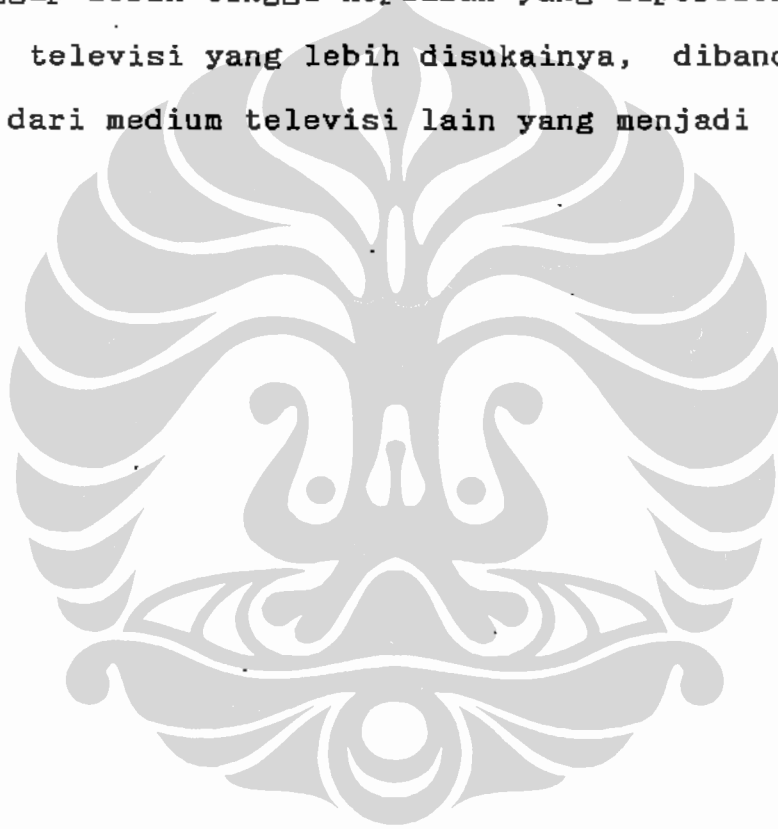
antara lain bahwa tidak ada perbedaan GS secara umum bagi para pemirsa program siaran berita di tiga jaringan televisi Amerika Serikat. Sementara itu, model kesenjangan GS dengan GO berhasil memprediksi pilihan program berita tersebut (Palmgreen, Wenner, Rosengren, 1985).

Selanjutnya, keputusan untuk menonton program siaran berita dari televisi tertentu berhubungan erat dengan persepsi tentang kepuasan yang diperoleh (GO) atau yang secara potensial akan diperoleh dari berbagai program. Lebih jauh dikatakan, bahwa perilaku memilih seperti itu bukanlah fungsi persepsi keseluruhan GO dari program favorit seseorang saja, dan bukan pula fungsi GS dari siaran berita secara umum. Hanya jika anggota khalayak membuat perbandingan antara program favoritnya dengan program-program saingannya, maka tampak hubungan dalam pilihan tontonan.

Beranjak dari pengalaman penelitian Palmgreen dan kawan-kawan, penelitian yang dilaksanakan ini memfokuskan pada khalayak ( dalam penelitian ini pemirsa TVRI dan RCTI yang berusia di atas 17 tahun ), terutama mengenai kesenjangan antara GS dan GO pada kondisi serta situasi khalayak media televisi di Indonesia, khususnya di Jakarta.

Berdasarkan hipotesis yang dikemukakan Palmgreen dalam penelitiannya, beberapa hipotesis yang ingin dijawab melalui penelitian ini adalah :

1. Ada perbedaan dalam kepuasan yang dicari (GS) antara pemirsa TVRI dan RCTI.
2. Ada perbedaan dalam kepuasan yang diperoleh (GO) berdasarkan pilihan responden, yaitu TVRI dan RCTI.
3. Pemirsa salah satu dari kedua media televisi itu akan menganggap lebih tinggi kepuasan yang diperoleh (GO) dari medium televisi yang lebih disukainya, dibandingkan kepuasan dari medium televisi lain yang menjadi pembandingnya.



### BAB III

#### METODOLOGI

##### A. Tipe Penelitian :

Penelitian ini bersifat deskriptif dengan pengukuran kuantitatif. Penelitian deskriptif adalah suatu penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan secara tepat sifat-sifat suatu individu, keadaan, gejala atau kelompok tertentu, atau untuk menentukan frekuensi atau penyebaran suatu gejala tertentu atau frekuensi adanya hubungan tertentu antara suatu gejala dengan gejala lain dalam masyarakat (Koentjoroningrat, 1983). Karena data tersebut akan dianalisis lebih lanjut, maka penelitian ini bersifat *deskriptif analitis*. Melalui studi ini ingin diketahui gejala sosial "kesenjangan kepuasan". Hasil penelitian ini akan menggambarkan bagaimana kesenjangan antara kepuasan yang diharapkan dan kepuasan yang diperoleh pada pemirsa TVRI dan RCTI.

##### B. Populasi :

Populasi penelitian adalah seluruh pemirsa TVRI dan RCTI di lima wilayah Jakarta yang berusia di atas 17 tahun. Adapun alasan pembatasan usia ini sehubungan dengan aspek data yang ingin diperoleh. Sebagaimana dilakukan dalam penelitian *Uses and Gratifications*, pertanyaan yang diajukan adalah tentang kepuasan yang dicari dan kepuasan yang diperoleh. Salah satu kritik yang dilontarkan terhadap riset teori

*Uses and Gratifications* mempertanyakan kemampuan masyarakat dalam menyatakan pendapatnya. Masyarakat yang berusia diatas 17 tahun merupakan kelompok masyarakat usia dewasa. Diasumsikan kelompok ini adalah kelompok yang mampu merumuskan keinginannya ataupun kebutuhannya dalam menggunakan media massa. Di samping itu, karena studi tentang kesenjangan kepuasan masih merupakan hal yang relatif baru dalam perkembangan Ilmu Komunikasi di sini, maka dapat dikatakan studi ini merupakan studi pendahuluan yang masih bersifat tentatif. Untuk itu penelitian dilakukan dalam lingkup populasi yang terbatas dahulu, yaitu di Jakarta. Data mengenai populasi penelitian diperoleh dari Dinas Kependudukan DKI Jaya, Mei 1983. Dari penduduk DKI Jaya yang berjumlah ± 8 juta jiwa, yang telah memiliki KTP sebanyak 4.357.548 jiwa. Agar lebih jelas, distribusi jumlah penduduk yang memiliki KTP di lima wilayah Jakarta dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 4  
Jumlah Pemilik KTP di DKI Jakarta Raya  
n = 217

Wilayah	F	%
Jakarta Pusat	677.470	16
Jakarta Utara	661.188	15
Jakarta Barat	614.029	19
Jakarta Selatan	1.085.803	24
Jakarta Timur	1.119.058	26
Jumlah	4.357.548	100

Sumber : Dinas Kependudukan DKI Jakarta, Mei 1993.

Dari tabel di atas diketahui bahwa jumlah pemilik KTP paling banyak (26 %) di wilayah Jakarta Timur jika dibanding wilayah lainnya. Sedangkan jumlah terkecil adalah wilayah Jakarta Utara, proporsinya hanya 15 %.

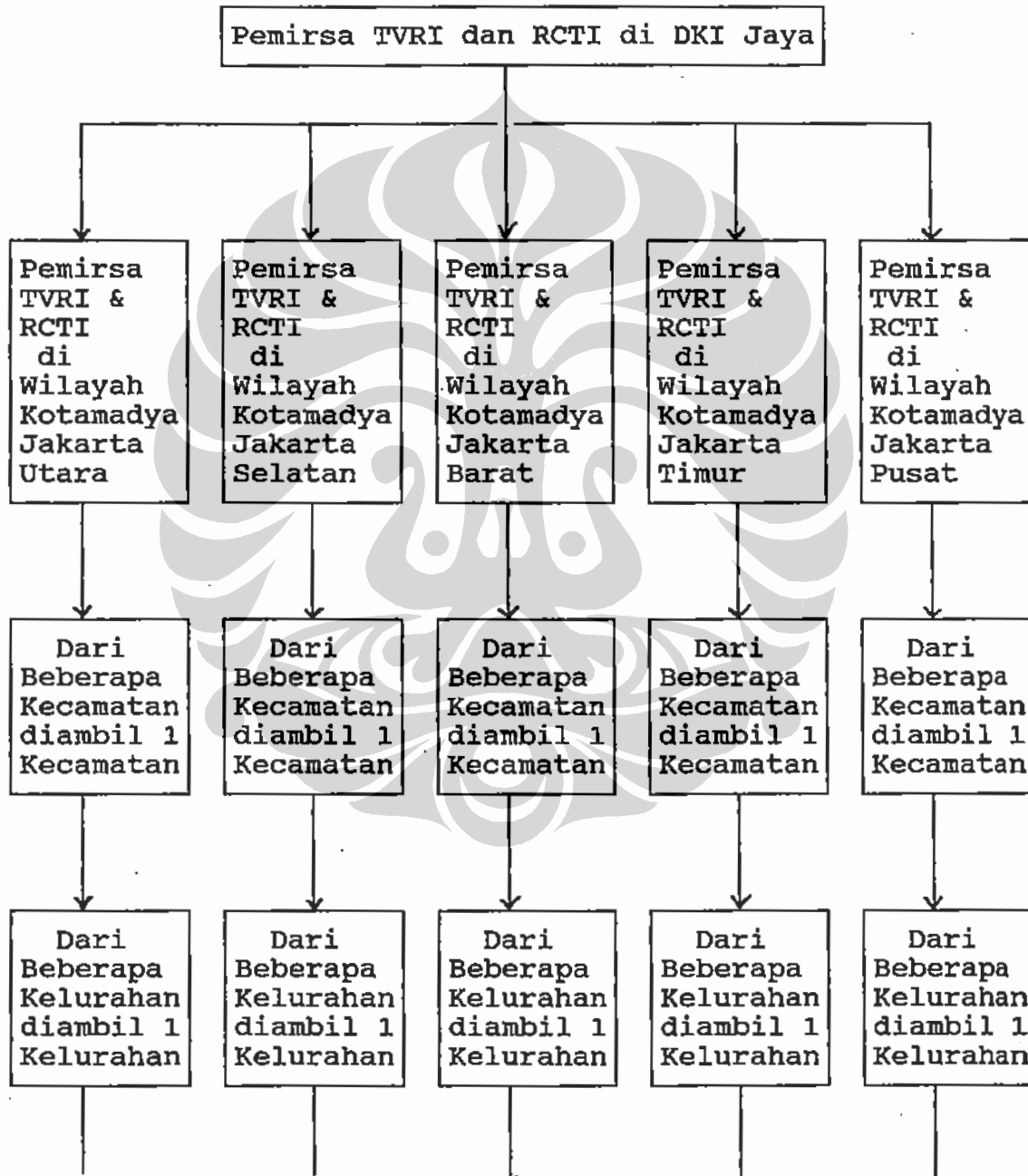
Adapun pemilihan media siaran TVRI dan RCTI, berdasarkan pertimbangan bahwa kedua media televisi tersebut merupakan televisi yang berlingkup nasional, dapat ditonton oleh masyarakat luas dan waktu siaran yang relatif sama atau seimbang.

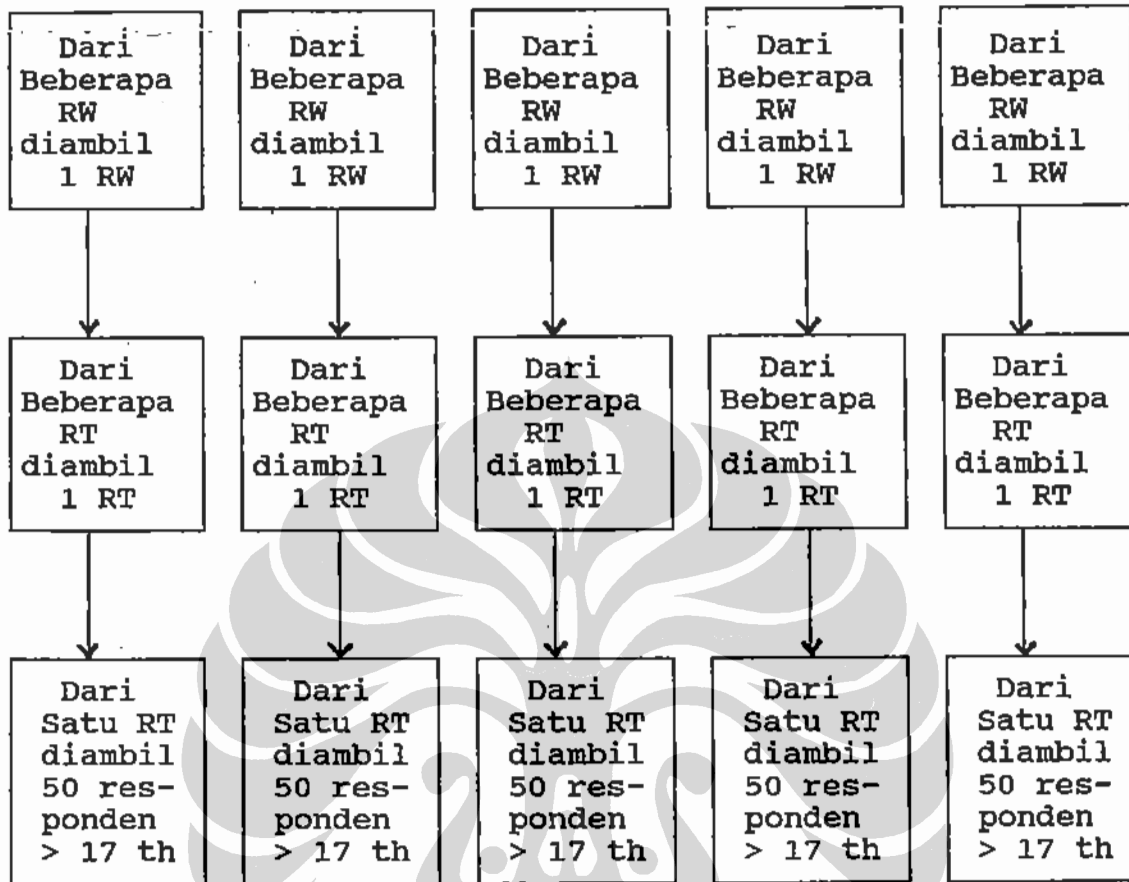
#### C. Sampel :

Penarikan sampel diambil dengan cara "*multistage cluster sampling*" (sampel gugus tahap ganda), yakni sampel yang anggotanya dipilih dari unit-unit analisis yang berada di dalam cluster-cluster yang terpilih, kemudian dipilih lagi untuk diteliti (Biro Pusat Statistik, 1976). Pengambilan sampel semacam ini dilakukan apabila letak populasi tersebar secara geografis. Populasi dapat dibagi-bagi dalam gugus tingkat pertama. Kemudian gugus-gugus tingkat pertama ini dapat dibagi pula dalam gugus-gugus tingkat kedua, dan gugus-gugus tingkat kedua masih dapat pula dibagi dalam gugus-gugus tingkat yang lebih lanjut (Koentjoroningrat, 1981). Dengan demikian, satuan penelitian atau unit analisis dalam penelitian ini adalah seluruh pemirsa TVRI dan RCTI di lima wilayah Jakarta. Pengambilan sampel dilakukan secara bertahap berdasarkan wilayah-wilayah yang ada, misalnya : wilayah,



kecamatan, kelurahan, RW, RT. Secara skematis, langkah-langkah pengambilan sampel dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :





Populasi dalam penelitian ini adalah pemirsa TVRI dan RCTI di DKI Jaya, yang terdiri dari Wilayah Jakarta Utara, Jakarta Selatan, Jakarta Barat, Jakarta Timur dan Jakarta Pusat. Dari beberapa kecamatan sebagai populasi sampling I ditetapkan secara purposive satu kecamatan sebagai sampel I, yang terdiri dari beberapa kelurahan. Dari beberapa kelurahan sebagai populasi sampling II, diambil satu kelurahan sebagai sampel II yang terdiri dari beberapa RW. Selanjutnya dari beberapa RW sebagai populasi sampling III, dipilih satu RW sebagai sampel III yang terdiri dari beberapa RT.

Kemudian dari beberapa RT sebagai populasi sampling IV, dipilih satu RT sebagai sampel IV yang terdiri dari beberapa warga pemirsa televisi. Dari populasi sampling satu RT terpilih tersebut, diambil para warga berusia di atas 17 tahun yang menonton TVRI dan RCTI sebagai responden dengan kuota yang telah ditetapkan. Secara keseluruhan total sampel dalam penelitian ini sebagai berikut :

5 wilayah kotamadya x 1 RT x 50 responden = 250 responden.

**D. Metode dan Teknik Pengumpulan Data :**

Dalam penelitian ini digunakan metode survai sampel "one shot", pengertiannya bahwa data dikumpulkan pada satu waktu (single time). Dalam pelaksanaan penelitian, data dikumpulkan dalam kurun waktu satu bulan, yakni antara awal bulan November hingga awal Desember 1993. Sedangkan pengumpulan data dilakukan dengan dua cara :

a. Studi Lapangan, untuk memperoleh data primer dengan penelitian survai. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara berpedoman pada kuesioner (daftar pertanyaan). Daftar pertanyaan tersebut sebagian besar terdiri atas pertanyaan tertutup (close-ended questions). Hal ini dapat dilihat terutama pada seperangkat pernyataan yang mengukur kepuasan yang dicari (GS) dan kepuasan yang diperoleh (GO). Dengan bentuk pertanyaan semacam itu, selain memberi kemudahan bagi responden untuk memahami pertanyaan, juga diharapkan memudahkan peneliti melakukan pengukuran dan

tabulasi data. Teknik pengukuran yang dipakai untuk pernyataan kepuasan yang dicari dan kepuasan yang diperoleh ialah skala likert. Jadi jawaban responden atas pertanyaan-pertanyaan kepuasan yang dicari dan diperoleh akan diberi skor tertinggi (5) hingga skor terendah (1). Sebagaimana dikemukakan Miller, teknik ini memiliki reliabilitas yang tinggi, jika digunakan untuk mendata pertanyaan-pertanyaan yang mengukur konsep-konsep "internal" yang biasanya bersifat kompleks (Delbert C. Miller, 1983). Pengumpulan data dilakukan dengan cara memberikan wawancara terhadap responden berpedoman pada daftar pertanyaan. Dalam melakukan wawancara, peneliti dibantu oleh tenaga asisten peneliti yang terdiri dari mahasiswa, yang sebelumnya telah mendapat latihan-latihan untuk melaksanakan tugas penelitian tersebut. Setelah wawancara, peneliti menyeleksi serta memeriksa daftar pertanyaan yang telah diisi, apakah data yang diperlukan telah terisi secara benar dan tepat. Apabila terdapat data yang kurang lengkap atau ada kesalahan dalam pengisian daftar pertanyaan, maka peneliti mendrop data tersebut. Kemudian hasil pengumpulan data tersebut diproses dengan menggunakan komputer.

- b. Studi Kepustakaan, untuk memperoleh data sekunder dengan memanfaatkan berbagai literatur. Data ini digunakan

untuk mengkonstruksikan permasalahan penelitian dan menyusun daftar pertanyaan (terutama dalam membuat pernyataan-pernyataan kepuasan yang dicari dan kepuasan yang diperoleh).

#### **E. Prauji Daftar Pertanyaan Penelitian (Questionnaire Pretest)**

Prauji instrumen pertanyaan penelitian dilakukan di Grand Wijaya Centre Jakarta Selatan, yakni di Public Relations Training School Interstudi. Pelaksanaan prauji instrumen tersebut dilakukan selama satu minggu. Dalam pelaksanaannya ditentukan 100 orang secara purposive dari siswa yang belajar di Interstudi. Masing-masing responden diberikan daftar pertanyaan dan kemudian diminta untuk mengisi jawabannya. Jawaban dari daftar pertanyaan tersebut kemudian dikumpulkan oleh peneliti.

Tujuan dari prauji instrumen ini adalah untuk memperoleh keyakinan apakah pertanyaan-pertanyaan yang diajukan kepada responden sudah dapat mencapai seperti apa yang diharapkan. Jawaban dari prauji instrumen tersebut kemudian dievaluasi, dengan memperhatikan hal-hal sebagai berikut :

- (1) apakah responden dapat memahami sepenuhnya apa yang dimaksud di dalam pertanyaan-pertanyaan penelitian,
- (2) apakah kata-kata yang digunakan pada instrumen pertanyaan jelas dan tidak membingungkan atau memberi makna ganda,
- (3) apakah pertanyaan-pertanyaan yang diajukan terlalu panjang dan membosankan,
- (4) apakah ada kata-kata yang menyinggung

perasaan atau dianggap tidak sopan oleh responden, (5) apakah susunan kalimat dalam instrumen pertanyaan menjadikan responden bingung atau kabur maknanya.

Secara umum, hasil prauji instrumen tersebut hampir sebagian besar responden dapat menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian. Namun, ada beberapa urutan pertanyaan yang harus diperbaiki susunannya, sehingga alur pertanyaan tersebut dapat memudahkan bagi responden untuk memahami pertanyaan-pertanyaan yang diajukan, dan juga ada kata-kata tertentu yang perlu diganti untuk mempertajam maknanya.

#### **F. Analisis Data :**

Data yang berhasil dikumpulkan dari penelitian survai kemudian disederhanakan ke dalam bentuk kode. Penyederhanaan ini dijalankan secara manual dengan menggunakan buku kode dan coding sheet. Selanjutnya, data tersebut dimasukkan dan diolah dengan bantuan komputer. Paket program yang digunakan untuk mengolah data ialah SPSS ( Statistical Package for Social Sciences ). Hasil pengolahan data tersebut kemudian dianalisis dalam bentuk analisis univariat dan analisis diferensial, sebagai berikut :

##### **1. Analisis Univariat**

Analisis ini bertujuan untuk menggambarkan secara terperinci seluruh unit-unit atau kasus individual yang menjadi analisis studi. Selain itu, pemaparan analisis univariat

dilakukan juga untuk memperoleh gambaran deskriptif tentang populasi (Earl Babbie, 1983). Dalam penelitian ini, melalui analisis univariat akan disajikan distribusi frekuensi karakteristik responden, pola penggunaan media televisi, penggunaan media lain, kebiasaan menonton, kadar kesukaan, penilaian, kepuasan yang dicari (GS) dan kepuasan yang diperoleh (GO).

## 2. Analisis Diferensial

Analisis ini merupakan bagian analisis bivariat yang memfokuskan perhatian kepada analisis hubungan di antara variabel-variabel (Earl Babbie, 198). Penekanannya bukan lagi pada perincian, melainkan pada penjelasan (explanation).

Penjelasan hubungan variabel itu dilakukan menurut perhitungan statistik. Dalam penelitian ini, analisis bivariat yang digunakan ialah analisis diferensial. Tujuan analisis ini adalah untuk membandingkan skor rata-rata (mean) dari dua variabel. Kemudian, menguji apakah hubungan variabel yang diperoleh itu merupakan suatu hubungan yang secara statistik signifikan.

Analisis diferensial dalam penelitian ini digunakan untuk menghitung kuat lemahnya hubungan antara variabel, melihat perbedaan GS pada TVRI dan RCTI, melihat perbedaan GO pada TVRI dan RCTI, serta melihat adanya kesenjangan antara GS dan GO pada TVRI dan RCTI.

Dalam penelitian dengan variabel yang berskala ordinal ini, peneliti menggunakan uji statistik Test T, dan Chi-Kuadrat untuk mengukur kepuasan yang dicari (GS), kepuasan yang diperoleh (GO), serta kesenjangan kepuasan (diskrepansi gratifikasi).

Test T merupakan metode dasar dalam statistik untuk membandingkan skor rata-rata (mean scores) dari dua kelompok ( Roger D. Wimmer & Joseph R. Dominick, 1987 ). Test T mengasumsikan bahwa :

- a. Variabel-variabel dalam populasi - darimana sampel ditarik, terdistribusi secara normal.
- b. Populasi mempunyai variansi yang homogen, yang menyebar setara dari mean.

Dengan menggunakan Test T, kita dapat menguji dua kelompok subyek. Kelompok yang satu menerima sejumlah treatment, sedang kelompok yang lain berfungsi sebagai kontrol. Setelah itu, kedua kelompok diuji. Hasilnya dibandingkan untuk menentukan apakah secara statistik ada perbedaan signifikan antara kedua kelompok, yang berarti pula bahwa treatment itu mempunyai efek terhadap hasil pengujian tersebut. Dalam penelitian ini, peneliti membedakan dua kelompok subyek berdasarkan jenis kelamin, yaitu : laki-laki dan perempuan. Alasan peneliti membedakannya, karena berdasarkan hasil prauji instrumen penelitian ( daftar pertanyaan ) ternyata terdapat perbedaan jawaban antara laki-laki dan



perempuan. Rumus Test T untuk menguji ada tidaknya perbedaan antara dua kelompok independen, sebagai berikut :

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{SX_1 - SX_2}$$

Keterangan :  $X_1$  = rata-rata (mean) kelompok 1  
 $X_2$  = rata-rata (mean) kelompok 2  
 $SX_1 - SX_2$  = standar error untuk kedua kelompok.

Standar Error merupakan bagian penting dalam Test t, dihitung dengan rumus :

$$SX_1 - SX_2 = \sqrt{\frac{SS_1 + SS_2}{n_1 + n_2 - 2} - \frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}}$$

Keterangan :  $SS_1$  = jumlah kuadrat (sum of squares) kelompok 1  
 $SS_2$  = jumlah kuadrat (sum of squares) kelompok 2  
 $n_1$  = besarnya sampel (sample size) kelompok 1  
 $n_2$  = besarnya sampel (sample size) kelompok 2

Batas signifikansi dalam test t pada  $\alpha < 0.05$  adalah 1.645.

Dalam studi ini, peneliti juga mencoba mengadakan perbandingan langsung antara kepuasan yang dicari (GS) dengan kepuasan yang diperoleh (GO). Untuk itu, peneliti menggunakan uji statistik Chi-Kuadrat. Pengujian dengan Chi-Kuadrat dilakukan untuk melihat signifikansi hubungan di antara variabel, baik yang berskala nominal maupun ordinal. Dari

pengujian ini hendak diketahui apakah hubungan variabel tersebut mempunyai perbedaan yang signifikan secara statistik dari keadaan seandainya tidak ada hubungan ( Manasse Malo dkk., 1986 ).

Rumus Chi-Kuadrat ialah :

$$X^2 = \sum_{i=1}^v \frac{(O - E)^2}{E}$$

Keterangan : O = nilai yang diamati (observed value)

E = nilai yang diharapkan (expected value)

Sedangkan rumus derajat bebas ( v ) sebagai berikut :

$$v = (b - 1) (k - 1)$$

Keterangan : b = jumlah baris dalam tabel

k = jumlah kolom dalam tabel

Di samping itu, untuk mengetahui perbedaan gratifikasi antara pemirsa TVRI dan RCTI dapat digunakan rumus diskrepansi yang sudah dielaborasi secara rinci.

Diskrepansi diperoleh dari hasil perhitungan ketidaksesuaian antara kepuasan yang dicari dan kepuasan yang diperoleh. Konsep ini sudah pernah diterapkan dalam penelitian mahasiswa S-1 Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP-UI. Adapun model statistik diskrepansi yaitu :

$$D = \frac{\sum_{i \neq j} n_{ij}}{\sum_i \sum_j n_{ij}}$$

Keterangan : i = pendapat pemirsa TVRI

j = pendapat pemirsa RCTI

nij = elemen baris ke-i kolom ke-j  
responden yang memberikan pendapat  
untuk TVRI dan RCTI

**G. Operasionalisasi Konsep dan Pengukurannya :**

1. Kepuasan yang dicari (Gratification Sought), yaitu motif atau harapan-harapan seseorang dalam menggunakan media tertentu. Harapan yang dimaksud di sini adalah alasan yang mendorong seseorang untuk memenuhi kebutuhan tertentu atau mencari kepuasan yang diinginkannya. Menurut Palmgreen, ada lima kelompok jenis kebutuhan, yakni :

- a. Informasi/Pengetahuan (Knowledge)
- b. Pengawasan (surveillance)
- c. Pengalihan (diversion)
- d. Kesenangan (excitement)
- e. Kegunaan pribadi (interpersonal utility)

Kelima instrumen pengukuran tersebut terbagi lagi dalam 25 item, yakni :

a. Pengawasan ( Surveillance ) :

1. Informasi yang terjadi di tanah air
2. Informasi yang terjadi di dunia
3. Informasi program-program pembangunan
4. Informasi kegiatan pemerintah di dalam dan luar negeri

b. Pengetahuan ( Knowledge ) :

5. Informasi politik
6. Informasi ekonomi
7. Informasi masalah sosial
8. Informasi kebudayaan

c. Pengalihan ( Diversion ) :

9. Membantu melupakan kenyataan hidup sehari-hari
10. Mengurangi ketegangan
11. Mengatasi kesepian
12. Mengisi waktu senggang
13. Melupakan tugas rutin
14. Mengurangi kegelisahan

d. Kesenangan ( Excitement ) :

15. Memperoleh hiburan
16. Mencari kesenangan
17. Santai
18. Menikmati hal-hal yang imajinatif yang tidak pernah dialami

e. Kegunaan pribadi ( Interpersonal utility ) :

19. Berpartisipasi dalam diskusi dengan teman
20. Bahan masukan pengambilan keputusan
21. Menimbulkan rasa percaya diri
22. Merasa berpartisipasi dalam peristiwa sosial
23. Memiliki pendapat sendiri

24. Memperkuat hubungan dengan orang lain

25. Membagi pengalaman dengan orang lain.

Pengukuran dilakukan dengan pemberian skor mencakup : sangat penting (skor 5), penting (skor 4), biasa saja (skor 3), tidak penting (skor 2), dan sangat tidak penting (skor 1).

2. Kepuasan yang diperoleh (Gratification Obtained), yaitu kepuasan yang diperoleh karena terpenuhinya kebutuhan-kebutuhan tertentu setelah seseorang mengkonsumsi media massa tertentu. Instrumen pengukurannya sama dengan yang digunakan dalam Gratification Sought. GO diukur setelah GS dengan memberikan skor, meliputi : sangat besar dengan skor 5, besar dengan skor 4, sedang dengan skor 3, kecil dengan skor 2, dan sangat kecil dengan skor 1.
3. Kesenjangan Kepuasan (Gratification Discrepancy), merupakan kesenjangan kepuasan antara kepuasan yang dicari (GS) dan kepuasan yang diperoleh (GO). Pengukuran dilakukan dengan menggunakan rumus untuk melihat kesenjangan antara GS dengan GO.

#### H. Keterbatasan Penelitian

Diakui bahwa dalam studi *Uses & Gratifications* terdapat kelemahan metodologis. Kelemahan metodologis pada pendekatan *Uses & Gratification* menyangkut aspek metode pengukuran

maupun target populasi, sehingga penelitian ini juga memiliki keterbatasan metodologis, yang dapat dijabarkan sebagai berikut :

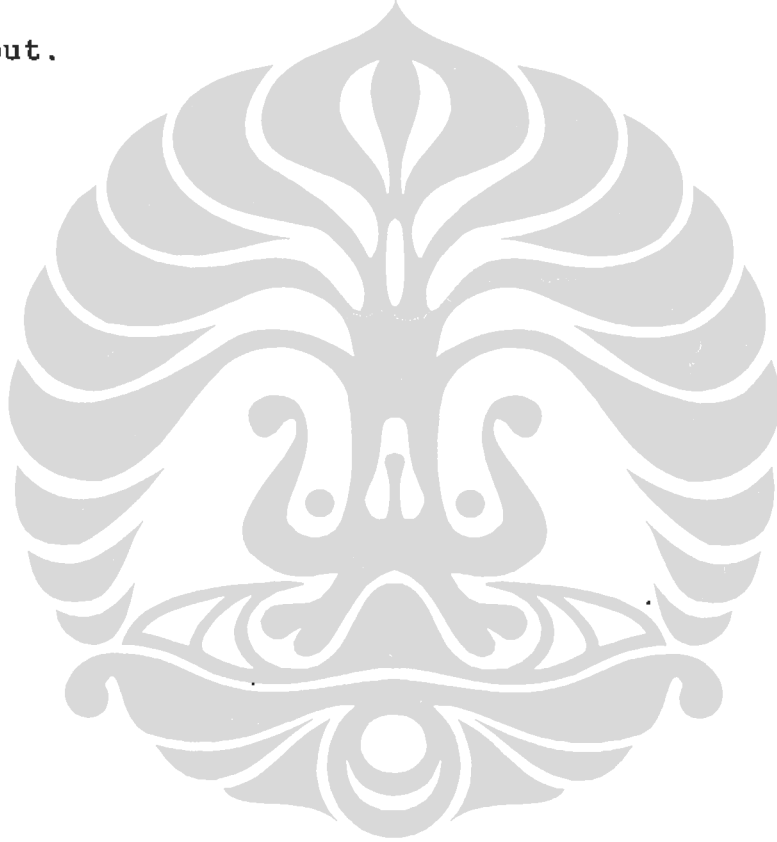
1. Pada penelitian ini digunakan "one shot sample survey". Pengertian "one shot" mengacu pada pengertian bahwa data survei dikumpulkan berdasarkan waktu tertentu (single time). Kelemahan dalam penggunaan metode survei, bila kita bermaksud untuk menjelaskan hubungan kausal atau non kausal antara variabel independen dan variabel dependen. Yang ideal adalah menggunakan metode "time series" riset. Dengan metode ini peneliti dapat mengetahui kecenderungan yang terjadi pada kurun waktu tertentu ( period of time ). Namun, konsekuensi penggunaan metode ini memerlukan waktu dan biaya cukup besar.
2. Keterbatasan penelitian ini juga terletak pada target populasi penelitian yang dibatasi hanya sebagian kecil dari penduduk DKI Jakarta yang berjumlah kurang lebih 8 (delapan) juta jiwa, dan dibatasi pada mereka yang berusia dewasa ( di atas 17 tahun) yang memiliki KTP DKI Jaya. Dengan demikian, generalisasi hasil penelitian ini hanya berlaku pada sekelompok kecil penduduk Jakarta.
3. Jumlah sampel yang ditetapkan peneliti (sampel target) sebesar 250 responden tidak tercapai. Hal ini terjadi karena setelah disortir, ternyata ada beberapa responden yang memberikan jawaban kurang lengkap, sehingga dengan

berat hati peneliti mendrop kuesioner tersebut.

4. Kategori jawaban dalam penelitian ini menggunakan skala likert dengan skor (5) untuk jawaban selalu / sangat suka / sangat baik / sangat penting / sangat besar, (4) untuk jawaban sering / suka / baik / penting / besar, (3) untuk jawaban kadang-kadang / biasa saja / sedang, (2) untuk jawaban jarang / tidak suka / tidak baik / tidak penting / kecil, dan (1) untuk jawaban tidak pernah / sangat tidak suka / sangat tidak baik / sangat tidak penting / sangat kecil. Berdasarkan hasil penelitian, ternyata pilihan jawaban responden kurang bervariasi terhadap lima kategori jawaban di atas. Hasil tersebut dapat menimbulkan "random error" dalam penelitian ini, sehingga dari hasil penelitian tampak kecenderungan tidak terdapat perbedaan pada pernyataan-pernyataan GS maupun GO.
5. Meskipun peneliti memperoleh data tentang karakteristik responden, dalam penelitian ini data tersebut hanya menjadi latar belakang studi. Hal ini menjadi salah satu keterbatasan penelitian. Peneliti tidak melakukan analisis atau uji statistik yang melibatkan karakteristik responden dengan GS atau GO. Namun demikian, hendaklah dipahami bahwa studi tentang kesenjangan kepuasan masih relatif baru. Dengan demikian, peneliti lebih memfokuskan perhatian pada masalah GS, GO dan kesenjangan kepuasan yang

masih relatif baru dalam perkembangan disiplin ilmu komunikasi di Indonesia.

6. Berbeda dengan Amerika, di Indonesia antara TVRI dan RCTI bersifat saling melengkapi (*complementary*). Dengan demikian, terdapat perbedaan dalam aplikasi pendekatan *Uses and Gratifications* terhadap media televisi kedua negara tersebut.





## BAB IV

### HASIL PENELITIAN

#### A. Pola Penggunaan Media Televisi dan Media Lain

##### 1. Karakteristik Responden

Seperti telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya, penelitian ini difokuskan pada pemirsa TVRI dan RCTI. Dari penduduk DKI Jakarta yang berjumlah ± 8 juta jiwa, peneliti memilih responden berusia di atas 17 tahun yang telah memiliki KTP di lima wilayah Jakarta.

Menurut hasil survai terhadap 250 responden di lima wilayah Jakarta, ternyata sebanyak 33 responden terpaksa didrop, karena pengisian data yang kurang lengkap, kesalahan dalam pengisian daftar pertanyaan, atau terlambat pada saat pengembalian ( time frame penelitian ini 30 hari ). Jadi jumlah responden yang valid untuk dianalisis sebanyak 217 responden.

Berdasarkan lokasi responden, dapat dijelaskan pada tabel berikut :

Tabel 5  
Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Lokasi  
n = 217

Lokasi	F	%
Jakarta Timur	50	23.0
Jakarta Selatan	49	22.8
Jakarta Barat	46	21.2
Jakarta Pusat	39	18.0
Jakarta Utara	33	15.2
Jumlah	217	100

Dari tabel tersebut di atas dapat dilihat bahwa responden dari wilayah Jakarta Timur paling banyak jumlahnya (23 %) di antara wilayah lainnya. Sedangkan responden dari Jakarta Utara paling sedikit (15.2 %) jumlahnya dibandingkan dengan wilayah lainnya.

Tabel 6  
Distribusi Frekuensi  
Responden Berdasarkan Jenis Kelamin  
n = 217

Jenis Kelamin	F	%
Perempuan	138	63.6
Laki-laki	79	36.4
Jumlah	217	100

Tabel di atas menunjukkan, sebagian besar ( 63.6 % ) responden adalah perempuan. Responden laki-laki hanya 36.4 %. Jadi dalam sampel penelitian, responden perempuan lebih dominan.

**Tabel 7**  
**Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia**  
**n = 217**

Usia	F	%
< 21 tahun	38	17.5
21 - 30 tahun	101	46.5
31 - 40 tahun	35	16.1
41 - 50 tahun	26	12.1
> 50 tahun	17	7.8
<b>Jumlah</b>	<b>217</b>	<b>100</b>

Mengenai usia responden, sebagian besar (46.5 %) berusia antara 21 - 30 tahun. Jika dilihat dari golongan usia ini dapat dikatakan bahwa responden penelitian ini relatif muda. Sedangkan responden yang berusia di atas 50 tahun paling sedikit jumlahnya, yakni : 7.8 %.

**Tabel 8**  
**Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pendidikan**  
**n = 217**

Jenis Kelamin	F	%
Perguruan Tinggi S1	88	40.5
Akademi/ sederajat	65	30.0
SLTA/ sederajat	51	23.5
Perguruan Tinggi S2	11	5.1
Perguruan Tinggi S3	2	0.9
<b>Jumlah</b>	<b>217</b>	<b>100</b>

Dari tabel di atas diketahui bahwa sebagian besar responden berpendidikan Sarjana, terutama S1 yaitu sebanyak 40.5 %.

Tabel 9  
Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan  
n = 217

Pekerjaan	F	%
Pegawai Swasta	61	28.1
Pegawai Negeri	58	26.8
Pelajar/Mahasiswa	49	22.6
Tidak/belum bekerja	20	9.2
Pegawai BUMN	12	5.5
Ibu Rumah Tangga	7	3.2
ABRI	6	2.8
Pensiunan	2	0.9
Wiraswasta	2	0.9
Jumlah	217	100

Sebagian besar responden umumnya bekerja. Mereka bekerja sebagai Pegawai Swasta (28.1 %), kemudian menyusul Pegawai Negeri sebesar 26.8 %.

Tabel 10  
Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Status Perkawinan  
n = 217

Status Perkawinan	F	%
Belum Menikah	136	62.7
Menikah	77	35.5
Janda / Duda	4	1.8
Jumlah	217	100

Berdasarkan status perkawinan, sebagian besar (62.7 %) responden belum menikah. Kecenderungan ini sesuai dengan usia responden yang sebagian besar adalah relatif muda. Sedangkan yang sudah menikah hanya 35.5 %.

Tabel 11  
Distribusi Frekuensi  
Responden Berdasarkan Pengeluaran per-bulan  
n = 217

Pengeluaran per-bulan	F	%
< Rp. 100.000	28	12.9
Rp. 100.000 - Rp. 199.999	31	14.3
Rp. 200.000 - Rp. 299.999	12	5.5
Rp. 300.000 - Rp. 399.999	23	10.6
Rp. 400.000 - Rp. 499.999	12	5.5
Rp. 500.000 - Rp. 599.999	52	24
Rp. 600.000 - Rp. 699.999	9	4.1
Rp. 700.000 - Rp. 799.999	7	3.2
Rp. 800.000 - Rp. 899.999	6	2.8
Rp. 900.000 - Rp. 1.000.000	18	8.3
> Rp. 1.000.000	19	8.8
Jumlah	217	100

Tabel di atas menunjukkan bahwa pengeluaran responden sebagian besar (24 %) antara Rp. 500.000 - Rp. 599.999. Kecenderungan ini sesuai dengan pekerjaan responden yang sebagian besar pegawai swasta.

## 2. Pola Penggunaan Televisi

Untuk mengetahui pola responden dalam menonton televisi, tiga pertanyaan penulis ajukan kepada responden, yakni mengenai tingkat frekuensinya dalam menonton televisi per-minggu, rata-rata lama menonton televisi dalam sehari, cara responden menonton televisi dan sumber informasi tentang acara televisi.

Tabel 12  
Tingkat Frekuensi Rata-rata Menonton Televisi  
Menurut Jumlah Hari Dalam 1 Minggu  
n = 217

Tingkat Frekuensi Rata-rata Menonton Dalam Satu Minggu	TVRI		RCTI	
	F	%	F	%
7 hari (setiap hari)	30	13.8	135	62.3
6 hari	16	7.4	20	9.2
5 hari	129	59.4	17	7.8
4 hari	9	4.1	16	7.4
3 hari	11	5.1	21	9.7
2 hari	10	4.6	4	1.8
1 hari	12	5.6	4	1.8
Jumlah	217	100	217	100

Berdasarkan frekuensi menonton televisi menurut jumlah hari per-minggu, terdapat kecenderungan menonjol bahwa sebagian besar (62.3 %) responden menonton RCTI setiap hari. Sedangkan responden yang menonton TVRI, sebagian besar (59.4 %) rata-rata menonton 5 hari dalam satu minggu.

Tabel 13  
 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan  
 Rata-rata Lama Menonton Televisi Dalam Sehari  
 n = 217

Lama Menonton	TVRI		RCTI	
	F	%	F	%
< 60'	81	37.3	47	21.6
80' - 120'	48	22.1	42	19.4
121' - 180'	59	27.2	64	29.5
181' - 240'	19	8.8	12	5.5
241' - 300'	8	3.7	24	11.1
> 300'	2	0.9	28	12.9
<b>JUMLAH</b>	<b>217</b>	<b>100</b>	<b>217</b>	<b>100</b>

Berdasarkan rata-rata lama menonton televisi dalam sehari, sebagian besar ( 37.3 % ) responden menonton TVRI menggunakan waktu rata-rata kurang dari satu jam dalam sehari. Sedangkan RCTI paling banyak ( 29.5 % ) ditonton responden rata-rata selama 2 - 3 jam sehari.

Tabel 14  
 Distribusi Frekuensi  
 Responden Berdasarkan Cara menonton Televisi  
 n = 217

Cara Menonton	F	%
Hanya program yang diminati	215	99.1
Semua Acara	2	0.9
<b>Jumlah</b>	<b>217</b>	<b>100</b>

Berdasarkan cara menonton televisi, hampir seluruh ( 99.1 % ) responden menonton televisi hanya program / acara

yang diminati saja. Sedangkan responden yang menonton semua acara hanya 0.9 %.

Tabel 15  
Distribusi Frekuensi  
Responden Berdasarkan Sumber Informasi  
Tentang Acara Televisi  
n = 217

Sumber Informasi acara televisi	F	%
Surat Kabar	201	92.6
Televisi	168	77.4
Tabloid	115	53.0
Majalah	20	9.2
Orang lain	17	7.8

Berdasarkan sumber informasi tentang acara televisi, sebagian besar ( 92.6 % ) responden memperoleh informasi tentang acara televisi dari surat kabar. Sedangkan yang menggunakan orang lain sebagai sumber informasi hanya 7.8 %.

Tabel 16  
Distribusi Frekuensi  
Responden Berdasarkan Dua Sumber Informasi  
Tentang Acara Televisi  
n = 217

Informasi acara televisi dari Dua Sumber Informasi	F	%
Suratkabar + Tabloid	52	23.9
Televisi + Suratkabar	47	21.7
Televisi + Majalah	10	4.6
Televisi + Orang lain	5	2.3
Suratkabar + Orang lain	5	2.3



Dari tabel di atas diketahui bahwa responden yang menggunakan dua (2) sumber informasi tentang acara televisi, paling banyak 23.9 % membaca surat kabar dan tabloid.

Tabel 17  
Distribusi Frekuensi  
Responden Berdasarkan Tiga Sumber Informasi  
Tentang Acara Televisi  
n = 217

Informasi acara televisi dari Tiga Sumber Informasi	F	%
Televisi + Surat kabar + Tabloid	57	26.3
Televisi + Surat kabar + Majalah	5	2.3
Televisi + Majalah + Orang lain	2	1.0
Surat kabar + Tabloid + Orang lain	2	1.0
Televisi + Surat kabar + Orang lain	1	0.5
Surat kabar + Tabloid + Majalah	1	0.5

Dari tabel di atas diketahui bahwa responden yang memanfaatkan tiga (3) buah sumber informasi tentang acara televisi, paling banyak 26.3 % menggunakan televisi, surat kabar dan tabloid.

Tabel 18  
Distribusi Frekuensi  
Responden Berdasarkan Empat Sumber Informasi  
Tentang Acara Televisi  
n = 217

Informasi acara televisi dari Empat Sumber Informasi	F	%
TV + SK + Tabloid + Majalah	2	1.0
TV + SK + Tabloid + Orang lain	1	0.5

Responden yang menggunakan empat (4) sumber informasi tentang acara televisi, yaitu sebanyak 1 % menonton televisi dan membaca surat kabar, tabloid, dan majalah.

### 3. Penggunaan Media Lain

Untuk mengetahui apakah responden juga menggunakan sumber media lain untuk memperoleh informasi atau hiburan, selain TVRI dan RCTI, maka kepada responden ditanyakan mengenai sumber media lain, seperti : surat kabar, majalah, tabloid dan radio. Penjelasan mengenai hal tersebut di atas dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 19  
Distribusi Frekuensi  
Responden Berdasarkan Penggunaan Media Lain  
Untuk Memperoleh Informasi  
n = 217

Penggunaan Media Lain Untuk Peroleh Informasi	F	%
Surat Kabar	212	97.7
Majalah	202	93.1
Radio	122	56.2
Tabloid	101	46.5
SCTV	99	45.6
TPI	92	42.4
AN teve	47	21.7
Televisi Parabola	17	7.8
Video	-	-
Film Bioskop	-	-

Menurut penggunaan media lain untuk memperoleh informasi, selain TVRI dan RCTI, terdapat kecenderungan

menonjol bahwa sebagian besar responden menggunakan surat kabar sebagai sumber informasinya dibanding dengan media lainnya, proporsinya mencapai 97.7 %. Sumber informasi kedua adalah majalah, proporsinya mencapai 93.1 %. Sedangkan proporsi terkecil adalah Televisi Parabola, yaitu hanya 7.8 %.

Tabel 20  
Distribusi Frekuensi  
Responden Berdasarkan Penggunaan Media Lain  
Untuk Memperoleh Hiburan  
n = 217

Penggunaan Media Lain Untuk Peroleh Hiburan	F	%
Majalah	211	98.6
Video	132	60.8
Radio	122	56.2
Tabloid	115	52.9
TPI	112	51.6
Surat Kabar	109	50.2
SCTV	99	45.6
Film Bioskop	95	43.7
AN teve	56	25.8
Televisi Parabola	17	7.8

Menurut penggunaan media lain untuk memperoleh hiburan, selain TVRI dan RCTI, terdapat kecenderungan menonjol bahwa sebagian besar ( 98.6 % ) responden menggunakan majalah sebagai sumber untuk memperoleh hiburan. Sumber hiburan kedua adalah Video, proporsinya mencapai 60.8 %. Sedangkan proporsi terkecil adalah Televisi Parabola (7.8 %).

Tabel 21  
 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan  
 Surat Kabar Sebagai Sumber dari Media Lain  
 Untuk Memperoleh Informasi Menurut Nama Medianya  
 n = 217

Nama Surat Kabar	F	%
Kompas	208	95.9
Suara Pembaruan	112	51.6
Media Indonesia	96	44.2
Berita Buana	25	11.5
Sinar Pagi	22	10.1
Jayakarta	21	9.7
Suara Karya	17	7.8
Pos Kota	14	6.5
Bisnis Indonesia	11	5.1
Pelita	9	4.1
Jakarta Post	7	3.2
Angkatan Bersenjata	5	2.3

Berdasarkan surat kabar sebagai sumber informasi menurut nama medianya diketahui bahwa sebagian besar (95.9 %) responden membaca KOMPAS. Surat kabar kedua yang juga banyak dibaca adalah Suara Pembaruan ( 51.6 % ), menyusul Media Indonesia ( 44.2 % ). Sedangkan surat kabar lainnya relatif sedikit dibaca oleh responden, proporsinya di bawah 11.5 %.

Tabel 22  
 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan  
 Surat Kabar Sebagai Sumber dari Media Lain  
 Untuk Memperoleh Hiburan Menurut Nama Medianya  
 n = 217

Nama Surat Kabar	F	%
Kompas	107	49.3
Berita Buana	101	46.5
Suara Pembaruan	98	45.1
Media Indonesia	85	39.1
Pos Kota	73	33.6
Suara Karya	61	28.1
Sinar Pagi	52	23.9
Pelita	40	18.4
Jakarta Post	12	5.5
Bisnis Indonesia	10	4.6
Jayakarta	9	4.5
Angkatan Bersenjata	3	1.4

Berdasarkan surat kabar sebagai sumber untuk memperoleh hiburan menurut nama medianya, diketahui bahwa KOMPAS paling banyak ( 49.3 % ) dibaca responden. Kemudian surat kabar kedua adalah Suara Pembaruan ( 45.1 % ), kemudian menyusul Media Indonesia, mencapai 39.1 %. Sedangkan yang paling sedikit dibaca responden adalah Surat Kabar Angkatan Bersenjata ( 1.4 % ).

Tabel 23  
 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan  
 Majalah Sebagai Sumber dari Media Lain  
 Untuk Memperoleh Informasi Menurut Nama Mediana  
 n = 217

Nama Majalah	F	%
Tempo	165	76.0
Femina	95	43.8
Kartini	42	19.4
MATRA	41	18.9
Sarinah	39	18.0
Tiara	22	10.1
Gadis	21	9.7
Jakarta-Jakarta	19	8.8
Vista TV	18	8.3
SWA	17	7.8
Editor	10	4.6
Cosmopolitan	7	3.2
Mode	6	2.8
Eksekutif	5	2.3
Higina	5	2.3
Aneka	4	1.8
HAI	4	1.8
TIME	3	1.4
TSM	2	0.9
Popular	1	0.5
Manajemen	1	0.5
Prisma	1	0.5

Dari tabel di atas diketahui bahwa majalah yang dijadikan sumber informasi terbanyak adalah Majalah TEMPO, proporsinya mencapai 76 %. Majalah wanita juga disukai oleh responden, antara lain : Majalah Femina mencapai 43.8 %, menyusul Majalah Kartini sebanyak 19.4 %, dan Majalah Sarinah 18 %. Kemudian Majalah trend pria MATRA sebanyak 18.9 %. Majalah Tiara dibaca oleh 10.1 % responden. Sedangkan majalah lainnya, seperti Jakarta-Jakarta, SWA, Gadis, Mode, Aneka,

TSM, HAI, Time, Vista TV, Manajemen, Prisma, Cosmopolitan, Eksekutif, Editor, Higinia dan Popular relatif sedikit dibaca oleh responden, proporsinya di bawah 10 %.

Tabel 24  
 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan  
 Majalah Sebagai Sumber dari Media Lain  
 Untuk Memperoleh Hiburan Menurut Nama Medianya  
 n = 217

Nama Majalah	F	%
Femina	106	48.8
Tempo	48	22.1
MATRA	41	18.9
Gadis	36	16.6
Kartini	36	16.6
Sarinah	28	12.9
Tiara	21	9.6
Mode	17	7.8
Jakarta-Jakarta	14	6.5
Aneka	11	5.1
Vista TV	7	3.2
HAI	4	1.8
TIME	2	0.9
Popular	1	0.5

Dari tabel di atas diketahui bahwa Majalah Wanita Femina paling banyak dibaca oleh responden sebagai sumber untuk memperoleh hiburan, proporsinya mencapai 48.8 %. Majalah Tempo menempati urutan kedua paling banyak dibaca responden dibanding majalah lain, yaitu 22.1 %. Dan Majalah MATRA menempati urutan ketiga ( 18.9 % ). Majalah Kartini dan Gadis mempunyai proporsi yang sama, yaitu 16.6 % dan Majalah Sarinah 12.9 %. Sedang majalah lain, seperti Jakarta-Jakarta,

Tiara, Mode, Aneka, HAI, Time, Vista TV, Popular relatif sedikit dibaca oleh responden. Proporsinya hanya di bawah 10 %.

Tabel 25  
Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Tabloid Sebagai Sumber dari Media Lain Untuk Memperoleh Informasi Menurut Nama Medianya  
n = 217

Nama Tabloid	F	%
Detik	89	41.0
Nova	72	33.2
Bintang	65	30.0
Citra	55	25.3
Wanita Indonesia	45	20.7

Berdasarkan tabloid sebagai sumber untuk memperoleh informasi, tampak kecenderungan sebagian besar ( 41 % ) responden membaca Tabloid Detik. Sedangkan Tabloid Citra paling sedikit ( 25.3 % ) dibaca oleh responden dibanding tabloid lainnya.

Tabel 26  
Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Tabloid Sebagai Sumber dari Media Lain Untuk Memperoleh Hiburan Menurut Nama Medianya  
n = 217

Nama Tabloid	F	%
Nova	99	45.6
Bintang	91	41.9
Citra	71	32.7
Wanita Indonesia	43	19.8
Detik	42	19.4



Berdasarkan tabloid sebagai sumber untuk memperoleh hiburan, tampak kecenderungan sebagian besar ( 45.6 % ) responden membaca Tabloid Nova. Sedangkan Tabloid Detik paling sedikit dibaca responden dibanding tabloid lainnya.

Tabel 27  
 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan  
 Radio Sebagai Sumber dari Media Lain  
 Untuk Memperoleh Informasi Menurut Nama Mediana  
 n = 217

Nama Radio	F	%
RRI Pusat	79	36.4
RRI Pro 2 Jakarta	72	33.2
Suara Irama Indah	67	30.9
TMI	66	30.4
Bahana	65	30.0
Trijaya	61	28.1
Monalisa	52	24.0
Mustang	47	21.7
Prambors	38	17.5
DMC	32	14.7
Darmawangsa	21	9.7

Berdasarkan radio sebagai sumber untuk memperoleh informasi, tampak kecenderungan bahwa responden pada umumnya lebih menyukai mendengarkan siaran RRI Pusat dibandingkan siaran radio lainnya, proporsinya mencapai 36.4 %. Sedangkan siaran radio yang paling sedikit didengarkan responden adalah Radio Darmawangsa, proporsinya hanya 9.7 %.

Tabel 28  
 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan  
 Radio Sebagai Sumber dari Media Lain  
 Untuk Memperoleh Hiburan Menurut Nama Mediana  
 n = 217

Nama Radio	F	%
RRI Pro 2 Jakarta	82	37.8
Bahana	75	34.6
TMI	72	33.2
RRI Pusat	72	34.6
Suara Irama Indah	71	32.7
Prambors	69	31.8
Trijaya	61	28.1
Mustang	42	19.4
DMC	32	14.7
Darmawangsa	25	11.5
Monalisa	11	5.1

Berdasarkan radio sebagai sumber untuk memperoleh hiburan, tampak kecenderungan bahwa pada umumnya responden lebih suka mendengarkan siaran RRI Pro 2 Jakarta, proporsinya mencapai 37.8 %. Sedangkan siaran radio yang paling sedikit didengarkan responden adalah Radio Monalisa, yaitu 5.1 %.

#### 4. Kebiasaan Menonton Responden

Untuk mengetahui sejauhmana tingkat kebiasaan responden menonton TVRI dan RCTI, maka peneliti mengajukan pertanyaan dengan lima kategori jawaban, yaitu : selalu (5), sering (4), jarang (3), kadang-kadang(2), dan tidak pernah (1).

Tabel 29  
Kebiasaan Responden Menonton TVRI Menurut Program Acaranya  
n = 217

PROGRAM ACARA	Tidak pernah		Kadang		Jarang		Sering		Selalu		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Berita Nasional	-	-	85	39.2	66	30.4	21	9.7	45	20.7	217	100
Berita Internasional	-	-	88	40.6	20	9.2	84	38.7	25	11.5	217	100
Film Seri	-	-	63	29	41	18.9	43	19.8	70	32.3	217	100
Film Cerita lepas	-	-	108	49.8	21	9.7	43	19.8	45	20.7	217	100
Musik Barat	-	-	20	9.2	109	50.2	63	29	25	11.5	217	100
Musik Indonesia	45	20.7	20	9.2	46	21.2	106	48.8	-	-	217	100
Olahraga	22	10.1	105	48.4	-	-	20	9.2	70	32.3	217	100
Prog. Pendidikan & Ilmu Pengetahuan	-	-	22	10.1	87	40.1	43	19.8	65	30	217	100
Program Kebudayaan	21	9.7	42	19.4	134	61.8	-	-	20	9.2	217	100
Program Agama	-	-	22	10.1	87	40.1	63	29	45	20.7	217	100
Program Anak-anak	131	60.4	46	21.2	20	9.2	20	9.2	-	-	217	100
Quiz	-	-	21	9.7	110	50.7	41	18.9	45	20.7	217	100
Dialog	110	50.7	-	-	66	30.4	41	18.9	-	-	217	100
Koesedi	-	-	-	-	108	49.8	89	41	20	9.2	217	100
Drama	-	-	22	10.1	-	-	175	80.6	20	9.2	217	100

Berdasarkan kebiasaan responden menonton TVRI menurut program acaranya terlihat bahwa responden sangat berminat terhadap program acara "film seri" dan "olahraga". Kedua program acara tersebut *selalu* (5) ditonton responden, proporsinya mencapai 32.3 %. Sedangkan program acara yang paling *sering* (4) ditonton adalah "Drama" (80.6 %). Program acara yang paling banyak *jarang* (3) ditonton adalah "program kebudayaan" (61.8 %). Dan program acara yang *kadang-kadang* (2) ditonton antara lain : "film cerita lepas" (49.8 %), "olahraga" (48.4 %), "berita internasional" (40.6 %). Program acara

yang *tidak pernah* (1) ditonton adalah : "program anak-anak" (60.4 %), "dialog" (50.7 %), "musik Indonesia" (20.7 %), "olahraga" (10.1 %) dan "program kebudayaan" (9.7 %).

Tabel 30  
Kebiasaan Responden Menonton RCTI Menurut Program Acaranya  
n = 217

Program Acara	Tidak pernah		Kadang		Jarang		Sering		Selalu		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Berita Nasional	-	-	42	19.4	109	50.2	-	-	66	30.4	217	100
Berita Internasional	-	-	45	20.7	43	19.6	63	29	66	30.4	217	100
Film Seri	-	-	21	9.7	22	10.1	43	19.8	131	60.4	217	100
Film Cerita lepas	-	-	86	39.6	22	10.1	63	29	46	21.2	217	100
Musik Barat	-	-	-	-	-	-	128	59	89	41	217	100
Musik Indonesia	45	20.7	-	-	-	-	109	50.2	63	29	217	100
Olahraga	22	10.1	84	38.7	21	9.7	20	9.2	70	32.3	217	100
Prog. Pendidikan & Ilmu Pengetahuan	-	-	22	10.1	87	40.1	22	10.1	86	39.6	217	100
Program Kebudayaan	21	9.7	42	19.4	68	31.3	21	9.7	65	30	217	100
Program Agama	-	-	-	-	43	19.8	84	38.7	90	41.5	217	100
Program Anak-anak	88	40.6	89	41	20	9.2	20	9.2	-	-	217	100
Quiz	-	-	-	-	21	9.7	130	59.9	66	30.4	217	100
Dialog	88	40.6	-	-	66	30.4	42	19.4	21	21	217	100
Komedi	-	-	-	-	20	9.2	135	62.2	62	28.6	217	100
Drama	-	-	22	10.1	-	-	154	71	41	18.9	217	100
Iklan	-	-	-	-	129	59.4	68	31.3	20	9.2	217	100

Dari tabel di atas tampak kecenderungan menonjol bahwa responden cenderung *selalu* (5) menonton "film seri" RCTI, proporsinya mencapai 60.4 %. Sedangkan "Drama" paling *sering* (4) ditonton responden, proporsinya mencapai 71 %, "komedi" 62.2 %, "Quiz" 59.9 % , "Musik Barat" 59 % dan "Musik Indonesia" 50.2 %. Selanjutnya, program acara yang paling *jarang*

(3) ditonton responden adalah "iklan" sebanyak 59.4 %, "berita nasional" 50.2 % serta program pendidikan dan ilmu pengetahuan 40.1 %. Acara yang *kadang-kadang* (2) ditonton, paling banyak antara lain "program anak-anak" (41 %) dan program acara yang tidak pernah ditonton antara lain : "program anak-anak" dan "dialog", proporsi keduanya mencapai 40.6 %.

## 5. Pendapat Responden

### a. Kadar Kesukaan

Untuk mengetahui sejauhmana kadar kesukaan responden terhadap program acara TVRI dan RCTI, maka peneliti mengajukan pertanyaan dengan lima kategori jawaban, yaitu : sangat suka (5), suka (4), biasa saja (3), tidak suka (2), dan sangat tidak suka (1).

Tabel 31  
Kadar Kesukaan Responden Terhadap Program Acara TVRI  
n = 217

Program Acara	Sangat Tidak suka		Tidak suka		Biasa saja		Suka		Sangat Suka		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Berita Nasional	-	-	-	-	21	9.7	131	60.4	65	30	217	100
Berita Internasional	-	-	-	-	41	18.9	156	71.9	20	9.2	217	100
Film Seri	-	-	-	-	43	19.8	174	80.2	-	-	217	100
Film Cerita lepas	-	-	-	-	129	59.4	88	40.6	-	-	217	100
Musik Barat	-	-	21	9.7	108	49.8	88	40.6	-	-	217	100
Musik Indonesia	-	-	21	9.7	155	71.4	41	18.9	-	-	217	100
Olahraga	-	-	110	50.7	61	28.1	21	9.7	25	11.5	217	100
Prog. Pendidikan & Ilmu Pengetahuan	-	-	62	28.6	113	52.1	42	19.4	-	-	217	100
Program Kebudayaan	-	-	151	69.6	66	30.4	-	-	-	-	217	100
Program Agama	-	-	88	40.6	66	30.4	63	29	-	-	217	100
Program Anak-anak	-	-	113	52.1	41	18.9	43	19.8	20	9.2	217	100
Quiz	-	-	-	-	108	49.8	64	29.5	45	20.7	217	100
Dialog	88	40.6	42	19.4	21	9.7	66	30.4	-	-	217	100
Komedi	-	-	-	-	88	40.6	86	39.6	43	19.8	217	100
Drama	-	-	-	-	66	30.4	151	69.6	-	-	217	100

Berdasarkan tabel kadar kesukaan terhadap program acara TVRI diketahui bahwa responden *sangat suka* (5) pada "berita nasional" sebanyak 30 %, menyusul "Quiz" 20.7 %, "komedi" 19.8 %, "olahraga" 11.5 %, "berita internasional" dan "program anak-anak" sebanyak 9.2 %. Sebagian besar responden (80 %) *suka* (4) "film seri", kemudian "berita internasional" sebanyak 71.9 % dan "berita nasional" 60.4 %. Responden yang kadar kesukaannya *biasa saja* (3) paling banyak memilih "musik Indonesia" (71.4 %), menyusul "film cerita

lepas" (59.4 %) serta "musik barat" dan "Quiz" 49.8 %. Sedangkan responden sebagian besar *tidak suka* (2) pada "program kebudayaan", proporsinya mencapai 69.6 %. Dan program acara yang paling banyak *sangat tidak disukai* (1) adalah "Quiz", yaitu sebanyak 40.6 %.

Tabel 32  
Kadar Kesukaan Responden Terhadap Program Acara RCTI  
n = 217

Program Acara	Sangat Tidak suka		Tidak suka		Biasa saja		Suka		Sangat Suka		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Berita Nasional	-	-	-	-	-	-	84	38.7	133	61.3	217	100
Berita Internasional	-	-	-	20	9.2	64	29.5	133	61.3	217	100	
Film Seri	-	-	-	20	9.2	63	29	134	61.8	217	100	
Film Cerita lepas	-	-	-	88	40.6	83	38.2	46	21.2	217	100	
Musik Barat	-	-	21	9.7	-	-	65	30	131	60.4	217	100
Musik Indonesia	-	-	-	68	31.3	40	18.4	109	50.2	217	100	
Olahraga	-	-	22	10.1	129	59.4	20	9.2	46	21.2	217	100
Prog. Pendidikan & Ilmu Pengetahuan	-	-	41	18.9	88	40.6	63	29	25	11.5	217	100
Program Kebudayaan	-	-	22	10.1	149	68.7	46	21.2	-	-	217	100
Program Agama	-	-	-	88	40.6	108	49.8	21	9.7	217	100	
Program Anak-anak	-	-	113	52.1	-	-	84	38.7	20	9.2	217	100
Quiz	-	-	-	88	40.6	63	29	66	30.4	217	100	
Dialog	88	40.6	42	19.4	-	-	41	18.9	46	21.2	217	100
Komedi	-	-	-	88	40.6	20	9.2	109	50.4	217	100	
Drama	-	-	-	20	9.2	154	71	43	19.8	217	100	
Iklan	-	-	113	52.1	62	28.6	42	19.4	-	-	217	100

Berdasarkan kadar kesukaan terhadap program acara RCTI diketahui bahwa responden *sangat suka* (5) pada "film seri" (61.8 %). Kemudian menyusul "berita nasional" dan "berita internasional", keduanya sebanyak 61.3 %. Sedangkan "drama"

*disukai* (4) oleh sebagian responden (71 %), "program agama" 49.8 %, dan "program anak-anak" dan "berita nasional" masing-masing sebanyak 38.7 %. Responden yang menyatakan *biasa saja* (3), kecenderungannya tinggi terhadap "program kebudayaan" (68.7 %). Responden yang menyatakan *tidak suka* (2) terhadap "program anak-anak" sebanyak 52.1 %, juga "iklan" sebanyak 52.1 %, sedangkan kadar kesukaan terhadap program acara lainnya hanya berkisar di bawah 20 %. Program acara yang *sangat tidak disukai* (1) oleh responden, antara lain "dialog", proporsinya sebanyak 40.6 %.

b. Penilaian Responden

Untuk mengetahui sejauhmana kadar kesukaan responden terhadap program acara TVRI dan RCTI, maka peneliti mengajukan pertanyaan dengan lima kategori jawaban, yaitu : sangat baik (5), baik (4), biasa saja (3), tidak baik (2), dan sangat tidak baik (1).



Tabel 33  
 Penilaian Responden Terhadap Program Acara TVRI  
 n = 217

Program Acara	Sangat tidak baik		Tidak baik		Biasa saja		Baik		Sangat baik		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
	Berita Nasional	-	-	20	9.2	46	21.2	151	69.6	-	-	217
Berita Internasional	-	-	-	-	25	11.5	172	79.3	20	9.2	217	100
Film Seri	-	-	-	-	134	61.8	83	38.2	-	-	217	100
Film Cerita lepas	-	-	-	-	150	69	45	20.7	22	10.1	217	100
Musik Barat	-	-	-	-	109	50.2	108	49.8	-	-	217	100
Musik Indonesia	-	-	25	11.5	152	70	40	18.4	-	-	217	100
Olahraga	-	-	22	10.1	130	59.9	40	18.4	25	11.5	217	100
Prog. Pendidikan & Ilmu Pengetahuan	-	-	-	-	21	9.7	171	78.8	25	11.5	217	100
Program Kebudayaan	-	-	-	-	110	50.7	87	40.1	20	9.2	217	100
Program Agama	-	-	22	10.1	-	-	128	59	67	30.9	217	100
Program Anak-anak	-	-	22	10.1	153	70.5	42	19.4	22	10.1	217	100
Quiz	-	-	22	10.1	86	39.6	109	50.2	-	-	217	100
Dialog	-	-	25	11.5	108	49.8	62	28.6	22	10.1	217	100
Komedi	-	-	22	10.1	86	39.6	109	50.2	-	-	217	100
Drama	-	-	22	10.1	87	40.1	108	49.8	-	-	217	100

Berdasarkan penilaian responden terhadap program acara TVRI diketahui bahwa program acara yang menurut responden *sangat baik* (5) adalah "program agama" 30.9 %, "program pendidikan dan ilmu pengetahuan" serta "olahraga" sebanyak 11.5 %. Responden yang menganggap "berita internasional" *baik* (4) sebanyak 78.8 %, dan "berita nasional" 69.6 %. Sedangkan responden yang menilai program acara TVRI *biasa saja* (3) paling tinggi proporsinya pada "program anak-anak" (70.5 %), "musik Indonesia" 70 %, dan film cerita lepas 69 %. Program

acara "dialog" dan "musik Indonesia" dinilai *tidak baik* (2) oleh responden sebanyak 11.5 %, sedangkan "program acara agama", "olahraga", "anak-anak", "quiz", dan "komedi" sebanyak 10.1 % serta "berita nasional" 9.2 %.

Tabel 34  
Penilaian Responden Terhadap Program Acara RCTI  
n = 217

Program Acara	Sangat tidak baik		Tidak baik		Biasa saja		Baik		Sangat baik		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Berita Nasional	-	-	-	-	25	11.5	82	37.8	110	50.7	217	100
Berita Internasional	-	-	-	-	-	-	86	39.6	131	60.4	217	100
Film Seri	-	-	-	-	89	40.6	129	59.4	-	-	217	100
Film Cerita lepas	-	-	-	-	108	49.8	62	28.6	47	21.7	217	100
Musik Barat	-	-	-	-	108	49.8	64	29.5	45	20.7	217	100
Musik Indonesia	-	-	22	10.1	109	50.2	66	30.4	20	9.2	217	100
Olahraga	-	-	22	10.1	109	50.2	41	18.9	45	20.7	217	100
Prog. Pendidikan & Ilmu Pengetahuan	-	-	-	-	-	-	192	88.5	25	11.5	217	100
Program Kebudayaan	-	-	-	-	110	50.7	86	39.6	21	9.7	217	100
Program Agama	-	-	22	10.1	20	9.2	107	49.3	68	31.3	217	100
Program Anak-anak	-	-	-	-	133	61.3	21	9.7	63	29	217	100
Quiz	-	-	22	10.1	86	39.6	21	9.7	88	40.6	217	100
Dialog	-	-	-	-	86	39.6	68	31.3	63	29	217	100
Komedi	-	-	22	10.1	86	39.6	41	18.9	68	31.3	217	100
Drama	-	-	-	-	108	49.8	21	9.7	88	40.6	217	100
Iklan	-	-	-	-	135	62.2	82	37.8	-	-		

Berdasarkan penilaian responden terhadap program acara RCTI diketahui bahwa "berita internasional" dianggap *sangat baik* (5) oleh 60.4 % responden, kemudian menyusul program yang sangat baik di tempat kedua adalah "berita nasional" (50.7 %), dan "Quiz" serta "drama" sebanyak 40.6 %. Responden

yang menilai *baik* (4), kecenderungannya tinggi terhadap "program pendidikan dan ilmu pengetahuan" (88.5 %), menyusul "film seri" (59.4 %), dan "program agama (49.3 %). Responden yang menilai *biasa saja* (3), proporsi tertinggi terhadap "iklan" (62.2 %), kemudian "program kebudayaan" (50.7 %), dan "musik Indonesia" serta "olahraga", masing-masing proporsinya mencapai 50.2 %. Program acara yang dinilai *tidak baik* (2) oleh responden, yaitu : "musik Indonesia", "olahraga", "agama", "Quiz", dan "komedi", masing-masing sebanyak 22 %.

**B. Kepuasan yang dicari (Gratifications Sought) dan Kepuasan yang diperoleh (Gratifications Obtained)**

Untuk mengetahui sejauhmana tingkat kepuasan seseorang dalam kaitannya dengan konsumsi media massa, dalam hal ini media televisi, maka dilakukan penelitian dengan menanyakan kepada responden tentang kepuasan yang dicari (Gratifications Sought) dan kepuasan yang diperoleh (Gratifications Obtained). Ada 25 pertanyaan tentang kepuasan yang dicari maupun kepuasan yang diperoleh yang diajukan kepada responden. Untuk setiap pertanyaan diberi lima kategori jawaban.

**1. Kepuasan yang dicari (Gratifications Sought)**

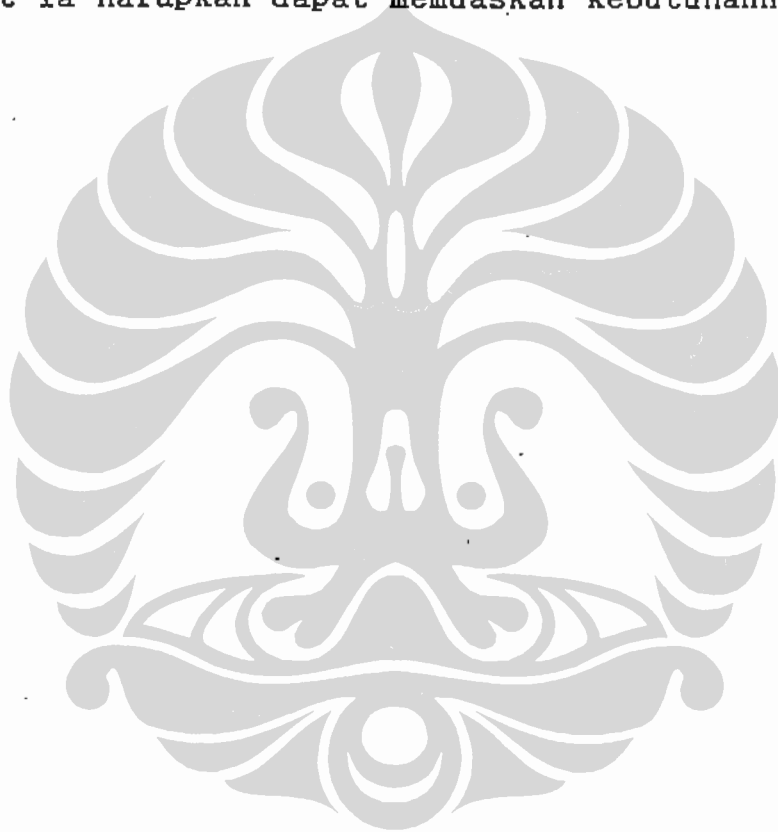
Kepuasan yang dicari adalah kepuasan yang diharapkan oleh seseorang atau responden melalui media yang dikonsumsinya. Dalam penelitian ini, dibedakan berdasarkan media televisi yang ditontonnya, yaitu TVRI dan RCTI. Untuk

mengetahui sampai sejauh mana tingkat kepuasan yang diharapkan oleh responden, maka diajukan 25 pertanyaan yang berkaitan dengan Gratifications Sought atas media televisi yang ditontonnya selama satu bulan terakhir. Untuk setiap pertanyaan tentang kepuasan yang dicari oleh responden, diberikan 5 (lima) kategori jawaban, yakni : (1) sangat tidak penting (2) tidak penting (3) biasa saja (4) penting (5) sangat penting. Dari pernyataan tersebut responden diminta memilih kategori jawaban yang sesuai menurut pengakuan mereka terhadap kepuasan yang dicari.

Tabel berikut ini memperlihatkan distribusi frekuensi kepuasan yang dicari (GS) responden pemirsa TVRI dan RCTI di Jakarta. Jawaban responden atas pernyataan GS terbagi ke dalam kategori sebagai berikut :

- (1) Sangat tidak penting, jika responden merasa bahwa kepuasan yang dicari melalui media televisi, baik TVRI maupun RCTI sama sekali tidak ia harapkan dapat memuaskan kebutuhannya.
- (2) Tidak penting, jika responden merasa bahwa kepuasan yang dicari melalui media televisi, baik TVRI maupun RCTI tidak ia harapkan dapat memuaskan kebutuhannya.
- (3) Biasa saja, jika responden merasa bahwa kepuasan yang dicari melalui media televisi, baik TVRI maupun RCTI cukup ia harapkan dapat memuaskan kebutuhannya.

- (4) Penting, jika responden merasa bahwa kepuasan yang dicari melalui media televisi, baik TVRI maupun RCTI ia harapkan dapat memuaskan kebutuhannya.
- (5) Sangat Penting, jika responden merasa bahwa kepuasan yang dicari melalui media televisi, baik TVRI maupun RCTI sangat ia harapkan dapat memuaskan kebutuhannya.



Tabel 35  
Kepuasan yang Dicari Responden pada TVRI  
n = 217

Kepuasan yang Dicari	Sangat Tidak Penting		Tidak Penting		Biasa saja		Penting		Sangat Penting		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
	1. Informasi tanah air	-	-	-	-	-	-	197	90.8	20	9.2	217
2. Informasi di dunia	-	-	-	-	-	-	67	30.9	150	69.1	217	100
3. Informasi program pembangunan	-	-	-	-	66	30.4	151	69.6	-	-	217	100
4. Informasi kegiatan pemerintah ( dalam dan luar negeri )	-	-	-	-	20	9.2	176	81.1	21	9.7	217	100
5. Informasi politik	-	-	-	-	86	39.6	109	50.2	22	10.1	217	100
6. Informasi ekonomi	-	-	-	-	108	49.8	109	50.2	-	-	217	100
7. Informasi masalah sosial	-	-	-	-	130	59.9	87	40.1	-	-	217	100
8. Informasi kebudayaan	-	-	-	-	172	79.3	45	20.7	-	-	217	100
9. Membantu melupakan kenyataan hidup sehari-hari	-	-	-	-	174	80.2	43	19.8	-	-	217	100
10. Mengurangi ketegangan	-	-	-	-	84	38.7	133	61.3	-	-	217	100
11. Mengatasi kesepian	-	-	-	-	42	19.4	175	80.6	-	-	217	100
12. Mengisi waktu senggang	-	-	-	-	108	49.8	109	50.2	-	-	217	100
13. Melupakan tugas rutin	-	-	21	9.7	86	39.6	110	50.7	-	-	217	100
14. Mengurangi kegelisahan	-	-	-	-	149	68.7	68	31.3	-	-	217	100
15. Memperoleh hiburan	-	-	-	-	84	38.7	113	52.1	20	9.2	217	100
16. Mencari kesenangan	-	-	-	-	62	28.6	155	71.4	-	-	217	100
17. Santai	-	-	-	-	41	18.9	176	81.1	-	-	217	100
18. Menikmati hal imajinatif yang tidak pernah dialami	-	-	-	-	107	49.3	88	40.6	22	10.1	217	100
19. Berpartisipasi dalam diskusi dengan teman	-	-	-	-	108	49.8	67	30.9	42	19.4	217	100
20. Bahan masukan pengambilan keputusan	-	-	-	-	108	49.8	87	40.1	22	10.1	217	100
21. Meniadakan rasa percaya diri	-	-	20	9.2	-	-	197	90.8	-	-	217	100
22. Merasa berpartisipasi dalam peristiwa sosial	-	-	20	9.2	109	50.2	88	40.6	-	-	217	100
23. Memiliki pendapat sendiri	-	-	20	9.2	46	21.2	131	60.4	20	9.2	217	100
24. Memperkuat hubungan dengan orang lain	-	-	20	9.2	87	40.1	88	40.6	22	10.1	217	100
25. Membagi pengalaman dengan orang lain	-	-	20	9.2	-	-	177	81.6	20	9.2	217	100

Dari tabel kepuasan yang dicari responden pada TVRI, tampak bahwa Gratifications Sought (GS) yang paling menonjol dianggap *sangat penting* oleh responden adalah informasi di dunia (69.1 %). Seluruh item GS dianggap *penting*, dan yang paling menonjol antara lain "menimbulkan rasa percaya diri" (90.8 %), "informasi tanah air" (90.8 %), dan "membagi pengalaman dengan orang lain" (81.6 %). Sedangkan yang paling menonjol dianggap *biasa saja*, antara lain : "membantu melupakan kenyataan hidup sehari-hari" (80.2 %), "informasi kebudayaan" (79.3 %) dan "mengurangi kegelisahan" (68.7 %). Item-item yang dianggap oleh responden *tidak penting*, yaitu : "melupakan tugas rutin" sebanyak 9.7 %, "menimbulkan rasa percaya diri", "merasa berpartisipasi dalam peristiwa sosial", "memiliki pendapat sendiri", "memperkuat hubungan dengan orang lain", dan "membagi pengalaman dengan orang lain", masing-masing sebanyak 9.2 %.

Dari hasil penelitian tersebut di atas dapat dikatakan bahwa pada umumnya responden mengharap dengan menonton TVRI dapat memberikan pengetahuan tentang masalah internasional maupun nasional, dan informasi tersebut berguna menimbulkan rasa percaya diri dan membagi pengalaman dengan orang lain.

Tabel 36  
Kepuasan yang Dicari Responden pada RCTI  
n = 217

Kepuasan yang Dicari	Sangat Tidak Penting		Tidak Penting		Biasa saja		Penting		Sangat Penting		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1. Informasi tanah air	-	-	-	-	-	-	197	90.8	20	9.2	217	100
2. Informasi di dunia	-	-	-	-	-	-	67	30.9	150	69.1	217	100
3. Informasi program peabangunan	-	-	-	-	86	39.6	109	50.2	22	10.1	217	100
4. Informasi kegiatan pemerintah ( dalam dan luar negeri )	-	-	-	-	20	9.2	154	71	43	19.8	217	100
5. Informasi politik	-	-	-	-	86	39.6	109	50.2	22	10.1	217	100
6. Informasi ekonomi	-	-	-	-	108	49.8	109	50.2	-	-	217	100
7. Informasi masalah sosial	-	-	-	-	108	49.8	109	50.2	-	-	217	100
8. Informasi kebudayaan	-	-	-	-	172	79.3	45	20.7	-	-	217	100
9. Membantu melupakan kenyataan hidup sehari-hari	-	-	-	-	174	80.2	43	19.8	-	-	217	100
10. Mengurangi ketegangan	-	-	-	-	42	19.4	175	80.6	-	-	217	100
11. Mengatasi kesepian	-	-	-	-	41	18.9	176	81.1	-	-	217	100
12. Mengisi waktu senggang	-	-	-	-	108	49.8	109	50.2	-	-	217	100
13. Melupakan tugas rutin	-	-	-	-	86	39.6	131	60.4	-	-	217	100
14. Mengurangi kegelisahan	-	-	-	-	128	59	89	41	-	-	217	100
15. Memperoleh hiburan	-	-	-	-	20	9.2	156	71.9	41	18.9	217	100
16. Mencari kesenangan	-	-	-	-	41	18.9	176	81.1	-	-	217	100
17. Santai	-	-	-	-	20	9.2	176	81.1	21	9.7	217	100
18. Menikmati hal imajinatif yang tidak pernah dialami	-	-	-	-	107	49.3	110	50.7	-	-	217	100
19. Berpartisipasi dalam diskusi dengan teman	-	-	-	-	108	49.8	67	30.9	42	19.4	217	100
20. Bahan masukan pengambilan keputusan	-	-	20	9.2	88	40.6	109	50.2	-	-	217	100
21. Menimbulkan rasa percaya diri	-	-	20	9.2	22	10.1	175	80.6	-	-	217	100
22. Merasa berpartisipasi dalam peristiwa sosial	-	-	20	9.2	87	40.1	110	50.7	-	-	217	100
23. Memiliki pendapat sendiri	-	-	20	9.2	46	21.2	131	60.4	20	9.2	217	100
24. Memperkuat hubungan dengan orang lain	-	-	20	9.2	42	19.4	133	61.3	22	10.1	217	100
25. Membagi pengalaman dengan orang lain	-	-	87	40.1	-	-	110	50.7	20	9.2	217	100



Dari tabel kepuasan yang dicari responden pada RCTI, tampak bahwa GS yang paling menonjol dianggap *sangat penting* (5) oleh responden adalah informasi di dunia (69.1 %). Responden menganggap seluruh item GS *penting* (4), yang menonjol antara lain "informasi tanah air" (90.8 %), "mengatasi kesepian" (81.1%), "mencari kesenangan" (81.1 %), dan "santai" (81.1 %). Sedangkan yang paling menonjol dianggap *biasa saja* (3), antara lain "membantu melupakan kenyataan hidup sehari-hari" (80.2 %), "informasi kebudayaan" (79.3 %), dan "mengurangi kegelisahan" (59 %). Item-item GS yang dianggap *tidak penting* (2) menurut responden yaitu : "membagi pengalaman dengan orang lain" (40.1 %), "memperkuat hubungan dengan orang lain", "memiliki pendapat sendiri", "merasa berpartisipasi dalam peristiwa sosial", "menimbulkan rasa percaya diri", dan "sebagai bahan masukan pengambilan keputusan", masing-masing mempunyai proporsi 9.2 % .

Dari hasil penelitian di atas dapat dikatakan bahwa pada umumnya responden sangat membutuhkan informasi internasional maupun nasional. Di samping itu, dari hasil penelitian juga diketahui bahwa responden juga berharap dengan menonton RCTI akan dapat memperoleh hiburan.

## 2. Kepuasan yang diperoleh ( Gratifications Obtained )

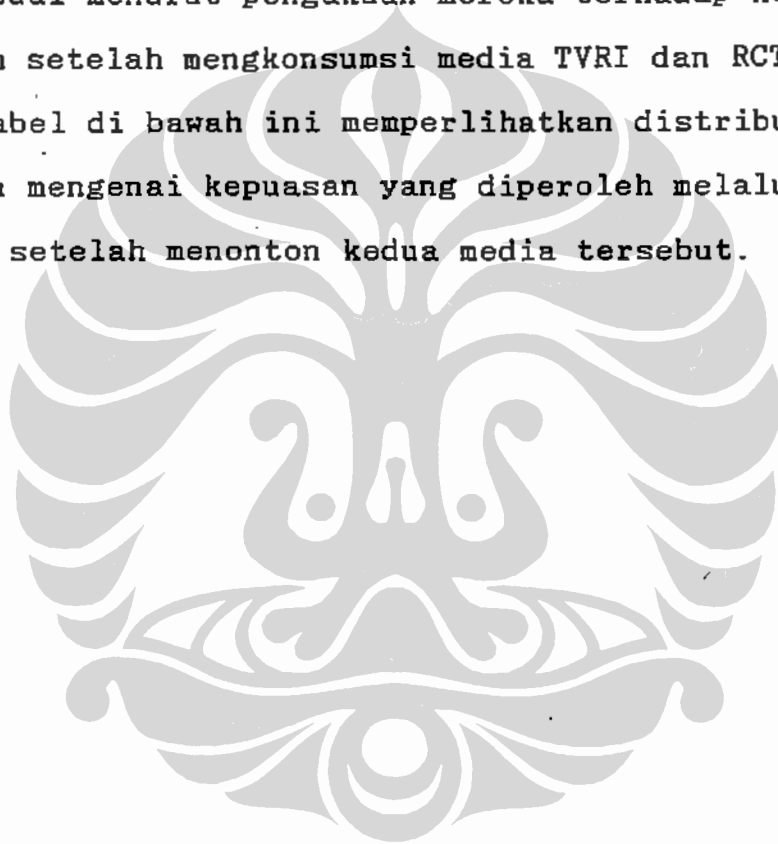
Gratifications Obtained (GO) adalah kepuasan yang diperoleh seseorang atau responden melalui media yang dikonsumsi. Responden diteliti berdasarkan media televisi yang ditontonnya. Pada penelitian ini difokuskan kepada pemirsa TVRI dan RCTI. Untuk mengetahui sejauhmana tingkat kepuasan yang diperoleh responden, diajukan 25 pertanyaan yang berkaitan dengan GO yang mereka peroleh melalui media televisi yang ditontonnya selama satu bulan terakhir. Dan setiap pernyataan tentang kepuasan yang diperoleh responden diberikan lima kategori jawaban, yakni :

- (1) Sangat kecil, jika responden merasa bahwa kepuasan yang diperolehnya melalui media televisi, baik TVRI maupun RCTI dianggap sangat sedikit memberikan kepuasan yang diharapkan.
- (2) Kecil, jika responden merasa bahwa kepuasan yang diperolehnya melalui media televisi, baik TVRI maupun RCTI dianggap sedikit memberikan kepuasan yang diharapkan.
- (3) Sedang, jika responden merasa bahwa kepuasan yang diperolehnya melalui media televisi, baik TVRI maupun RCTI dianggap cukup memberikan kepuasan yang diharapkan.
- (4) Besar, jika responden merasa bahwa kepuasan yang diperolehnya melalui media televisi, baik TVRI maupun RCTI dianggap banyak memberikan kepuasan yang diharapkan.

(5) Sangat besar, jika responden merasa bahwa kepuasan yang diperolehnya melalui media televisi, baik TVRI maupun RCTI dianggap sangat banyak memberikan kepuasan yang diharapkan.

Dari pernyataan tersebut, responden diminta memilih kategori yang sesuai menurut pengakuan mereka terhadap kepuasan yang diperoleh setelah mengkonsumsi media TVRI dan RCTI.

Tabel di bawah ini memperlihatkan distribusi frekuensi responden mengenai kepuasan yang diperoleh melalui media TVRI dan RCTI setelah menonton kedua media tersebut.



Tabel 37  
Kepuasan yang Diperoleh Responden dari TVRI  
n = 217

Kepuasan yang Diperoleh	Sangat Kecil		Kecil		Sedang		Besarnya		Sangat Besar		Jumlah	
	Kecil								Besarnya		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1. Informasi tanah air	-	-	45	20.7	67	30.9	63	29	42	19.4	217	100
2. Informasi di dunia	-	-	25	11.5	-	-	109	50.2	83	38.2	217	100
3. Informasi program pembangunan	-	-	-	-	-	-	197	90.8	20	9.2	217	100
4. Informasi kegiatan pemerintah ( dalam dan luar negeri )	-	-	-	-	46	21.2	128	59	43	19.8	217	100
5. Informasi politik	-	-	25	11.5	67	30.9	125	57.6	-	-	217	100
6. Informasi ekonomi	-	-	-	-	45	20.7	105	48.4	67	30.9	217	100
7. Informasi masalah sosial	-	-	20	9.2	46	21.2	84	38.7	67	30.9	217	100
8. Informasi kebudayaan	-	-	20	9.2	68	31.3	62	28.6	67	30.9	217	100
9. Membantu melupakan kenyataan hidup sehari-hari	-	-	20	9.2	87	40.1	43	19.8	67	30.9	217	100
10. Mengurangi ketegangan	-	-	-	-	46	21.2	82	37.8	89	41	217	100
11. Mengatasi kesepian	-	-	-	-	67	30.9	83	38.2	67	30.9	217	100
12. Mengisi waktu senggang	-	-	-	-	46	21.2	82	37.8	89	41	217	100
13. Melupakan tugas rutin	-	-	21	9.7	66	30.4	41	18.9	89	41	217	100
14. Mengurangi kegelisahan	-	-	-	-	62	28.6	155	71.4	-	-	217	100
15. Memperoleh hiburan	-	-	-	-	21	9.7	154	71	42	19.8	217	100
16. Mencari kesenangan	-	-	-	-	42	19.4	66	30.4	109	50.2	217	100
17. Santai	-	-	25	11.5	41	18.9	129	59.4	22	10.1	217	100
18. Menikmati hal imajinatif yang tidak pernah dialami	-	-	-	-	66	30.4	151	69.6	-	-	217	100
19. Berpartisipasi dalam diskusi dengan teman	-	-	-	-	87	40.1	130	59.9	-	-	217	100
20. Bahan masukan pengambilan keputusan	-	-	21	9.7	46	21.2	83	38.2	67	30.9	217	100
21. Menimbulkan rasa percaya diri	-	-	-	-	65	30	152	70	-	-	217	100
22. Merasa berpartisipasi dalam peristiwa sosial	-	-	21	9.7	47	21.7	149	68.7	-	-	217	100
23. Memiliki pendapat sendiri	-	-	-	-	21	9.7	154	71	42	19.4	217	100
24. Memperkuat hubungan dengan orang lain	-	-	-	-	41	18.9	109	50.2	67	30.9	217	100
25. Membagi pengalaman dengan orang lain	-	-	-	-	21	9.7	109	50.2	87	40.1	217	100

Dari tabel kepuasan yang diperoleh dari TVRI, tampak bahwa Gratifications Obtained (GO) yang paling menonjol dianggap *sangat besar* (5) antara lain : "mencari kesenangan" (50.2 %), "mengisi waktu senggang", "melupakan tugas rutin", dan "mengurangi ketegangan", prosentase ketiganya sebanyak 41 %. Sedangkan item-item GO seluruhnya dianggap *besar* (4), yang paling menonjol antara lain : "informasi program pembangunan" (90.8 %), "mengurangi kegelisahan" (71.4 %), dan "memperoleh hiburan" (71 %). GO yang paling menonjol dianggap *sedang* (3) antara lain : "berpartisipasi dalam diskusi dengan teman" (40.1 %), "informasi kebudayaan" (31.3 %), "informasi tanah air" dan "informasi politik", proporsi keduanya 30.9 %. Item-item GO yang dianggap *kecil* (2), yang paling menonjol adalah "informasi tanah air", proporsinya mencapai 20.7 %, menyusul "informasi di dunia" dan "informasi politik", proporsi keduanya 11.5 %.

Tabel 38  
 Kepuasan yang Diperoleh Responden dari RCTI  
 n = 217

Kepuasan yang Diperoleh	Sangat Kecil		Kecil		Sedang		Besar		Sangat Besar		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
	1. Informasi tanah air	-	-	-	-	25	11.5	130	59.9	62	28.6	217
2. Informasi di dunia	-	-	-	-	46	21.2	88	40.6	83	38.2	217	100
3. Informasi program pembangunan	-	-	-	-	-	-	217	100	-	-	217	100
4. Informasi kegiatan pemerintah ( dalam dan luar negeri )	-	-	20	9.2	42	19.4	133	61.3	22	10.1	217	100
5. Informasi politik	-	-	25	11.5	87	40.1	105	48.4	-	-	217	100
6. Informasi ekonomi	-	-	20	9.2	25	11.5	105	48.4	67	30.9	217	100
7. Informasi masalah sosial	-	-	20	9.2	46	21.2	84	38.7	67	30.9	217	100
8. Informasi kebudayaan	-	-	20	9.2	68	31.3	62	28.6	67	30.9	217	100
9. Membantu melupakan kenyataan hidup sehari-hari	-	-	-	-	66	30.4	84	38.7	67	30.9	217	100
10. Mengurangi ketegangan	-	-	-	-	25	11.5	103	47.5	89	41	217	100
11. Mengatasi kesepian	-	-	-	-	46	21.2	104	47.9	67	30.9	217	100
12. Mengisi waktu senggang	-	-	-	-	25	11.5	103	47.5	89	41	217	100
13. Melupakan tugas rutin	-	-	21	9.7	45	20.7	62	28.6	89	41	217	100
14. Mengurangi kegelisahan	-	-	-	-	41	18.9	176	81.1	-	-	217	100
15. Memperoleh hiburan	-	-	-	-	20	9.2	88	40.6	109	50.2	217	100
16. Mencari kesenangan	-	-	-	-	41	18.9	87	40.1	89	41	217	100
17. Santai	-	-	25	11.5	20	9.2	129	59.4	43	19.8	217	100
18. Menikmati hal imajinatif yang tidak pernah dialami	-	-	-	-	66	30.4	151	69.6	-	-	217	100
19. Berpartisipasi dalam diskusi dengan teman	-	-	-	-	46	21.2	150	69.1	21	9.7	217	100
20. Bahan masukan pengambilan keputusan	-	-	21	9.7	45	20.7	63	29	88	40.6	217	100
21. Menimbulkan rasa percaya diri	-	-	-	-	45	20.7	172	79.3	-	-	217	100
22. Merasa berpartisipasi dalam peristiwa sosial	-	-	21	9.7	47	21.7	129	59.4	20	9.2	217	100
23. Memiliki pendapat sendiri	-	-	-	-	62	28.6	133	61.3	22	10.1	217	100
24. Memperkuat hubungan dengan orang lain	-	-	-	-	21	9.7	109	50.2	87	40.1	217	100
25. Meabagi pengalaman dengan orang lain	-	-	-	-	21	9.7	88	40.6	108	49.7	217	100

Dari tabel kepuasan yang diperoleh responden dari RCTI, tampak bahwa Gratifications Obtained (GO) yang paling menonjol dianggap *sangat besar* (5), antara lain : "memperoleh hiburan" (50.2 %), "membagi pengalaman dengan orang lain" (49.7 %), serta "mengurangi ketegangan", "mengisi waktu senggang", "melupakan tugas rutin" dan "mencari kesenangan", proporsi masing-masing 41 %. Item GO seluruhnya dianggap *besar* (4), yang paling menonjol, antara lain "informasi program pembangunan (100 %), "mengurangi kegelisahan" (81.1 %), "menimbulkan rasa percaya diri" (79.3 %), "menikmati hal imajinatif yang tidak pernah dialami" (69.6 %), "berpartisipasi dalam diskusi dengan teman" (69.1 %). GO yang paling menonjol dianggap *sedang* (3), antara lain : "informasi politik" (40.1 %), "informasi kebudayaan" (31.3 %), "menikmati hal imajinatif yang tidak pernah dialami" (30.4 %). Item-item GO yang dianggap *kecil* (2), yang paling menonjol antara lain : "informasi politik" dan "santai", proporsi keduanya 11.5 %.

Tabel 39  
Perbandingan Kepuasan yang Diperoleh Responden dari TVRI dan RCTI  
n = 217

Kepuasan yang Diperoleh	Sangat Kecil		Kecil		Sedang		Besars		Sangat Besars		Jumlah	
	TVRI	RCTI	TVRI	RCTI	TVRI	RCTI	TVRI	RCTI	TVRI	RCTI	TVRI	RCTI
1. Informasi tanah air	-	-	45	-	67	25	63	130	42	62	217	217
			20.7	-	30.9	11.5	29	59.9	19.4	28.6	100	100
2. Informasi di dunia	-	-	25	-	46	109	88	83	83	83	217	217
			11.5	-	21.2	50.2	40.6	38.2	38.2	100	100	
3. Informasi program pembangunan	-	-	-	-	-	197	217	20	-	217	217	
			-	-	-	90.8	100	9.2	-	100	100	
4. Informasi kegiatan pemerintah ( dalam dan luar negeri )	-	-	20	46	42	128	133	43	22	217	217	
			9.2	21.2	19.4	59	61.3	19.8	10.1	100	100	
5. Informasi politik	-	-	25	25	67	87	125	105	-	-	217	217
			11.5	11.5	30.9	40.1	57.6	48.4	-	-	100	100
6. Informasi ekonomi	-	-	20	45	25	105	105	67	67	217	217	
			9.2	20.7	11.5	48.4	48.4	30.9	30.9	100	100	
7. Informasi masalah sosial	-	-	20	20	46	46	84	84	67	67	217	217
			9.2	9.2	21.2	21.2	38.7	38.7	30.9	30.9	100	100
8. Informasi kebudayaan	-	-	20	20	68	68	62	62	67	67	217	217
			9.2	9.2	31.3	31.3	28.6	28.6	30.9	30.9	100	100
9. Membantu melupakan kenyataan hidup sehari-hari	-	-	20	-	87	66	43	84	67	67	217	217
			9.2	-	40.1	30.4	19.8	38.7	30.9	30.9	100	100
10. Mengurangi ketegangan	-	-	-	-	46	25	82	103	89	89	217	217
			-	-	21.2	11.5	37.8	47.5	41	41	100	100
11. Mengatasi kesepian	-	-	-	-	67	46	83	104	67	67	217	217
			-	-	30.9	21.2	38.2	47.9	30.9	30.9	100	100
12. Mengisi waktu senggang	-	-	-	-	46	25	82	103	89	89	217	217
			-	-	21.2	11.5	37.8	47.5	41	41	100	100
13. Melupakan tugas rutin	-	-	21	21	66	45	41	62	89	89	217	217
			9.7	9.7	30.4	20.7	18.9	28.6	41	41	100	100
14. Mengurangi kegelisahan	-	-	-	-	62	41	155	176	-	-	217	217
			-	-	28.6	18.9	71.4	81.1	-	-	100	100
15. Memperoleh hiburan	-	-	-	-	21	20	154	88	42	109	217	217
			-	-	9.7	9.2	71	40.6	19.8	50.2	100	100
16. Mencari kesenangan	-	-	-	-	42	41	66	87	109	89	217	217
			-	-	19.4	18.9	30.4	40.1	50.2	41	100	100
17. Santai	-	-	25	25	41	20	129	129	22	43	217	217
			11.5	11.5	18.9	9.2	59.4	59.4	10.1	19.8	100	100
18. Menikmati hal imajinatif yang tidak pernah dialami	-	-	-	-	66	66	151	151	-	-	217	217
			-	-	30.4	30.4	69.6	69.6	-	-	100	100
19. Berpartisipasi dalam diskusi dengan teman	-	-	-	-	87	46	130	150	-	21	217	217
			-	-	40.1	21.2	59.9	69.1	-	9.7	100	100



20. Bahan masukan pengambilan keputusan	-	-	21	21	46	45	83	63	67	88	217	217
21. Menimbulkan rasa percaya diri	-	-	-	-	65	45	152	172	-	-	217	217
22. Merasa berpartisipasi dalam peristiwa sosial	-	-	21	21	47	47	149	129	-	20	217	217
23. Memiliki pendapat sendiri	-	-	-	-	21	62	154	133	42	22	217	217
24. Memperkuat hubungan dengan orang lain	-	-	-	-	41	21	109	109	67	87	217	217
25. Membagi pengalaman dengan orang lain	-	-	-	-	18.9	9.7	50.2	50.2	30.9	40.1	100	100
	-	-	-	-	21	21	109	88	87	108	217	217
	-	-	-	-	9.7	9.7	50.2	40.6	40.1	49.7	100	100

Tabel tersebut di atas menunjukkan bahwa sebagian besar Gratifications Obtained (GO) responden memiliki kecenderungan yang hampir sama untuk sebagian besar pernyataan GO, baik mereka yang menonton TVRI maupun RCTI. Namun, untuk beberapa pernyataan GO, terdapat beberapa perbedaan antara pemirsa TVRI dengan pemirsa RCTI.

Perbedaan tersebut antara lain dapat dilihat bahwa sebagian responden yang menyatakan kepuasan yang diperoleh *sangat besar*, cenderung menyatakan GO untuk pernyataan "memperoleh hiburan" melalui medium RCTI lebih besar dibanding media TVRI, perbandingannya sebesar 50.2 % dan 19.8 %. Demikian pula untuk GO "membagi pengalaman dengan orang lain", medium RCTI lebih besar dibanding medium TVRI, perbandingannya 49.7 % dan 40.1 %. GO responden untuk pernyataan "bahan masukan pengambilan keputusan" dapat diketahui bahwa RCTI sangat besar memberikan perolehan kepuasan dibanding TVRI, prosentase perbandingannya 40.6 %

dan 30.9 %. Sedangkan responden yang menyatakan kepuasan yang diperoleh *besar* cenderung menyatakan GO untuk pernyataan "informasi program pembangunan" dari RCTI lebih besar dibanding TVRI, perbandingannya 100 % dan 90.8 %. Untuk GO "mengurangi kegelisahan" menurut responden lebih besar diperoleh dari RCTI dibanding dari TVRI, perbandingannya 81.1 % dan 71.4 %. Demikian pula untuk GO "menimbulkan rasa percaya diri", medium RCTI lebih besar memberikan kepuasan dibanding medium TVRI, prosentase perbandingannya 79.3 % dan 70 %. Sedangkan untuk GO "mencari kesenangan", prosentase perbandingannya 30.4 % dan 40.1 %. Untuk GO "merasa berpartisipasi dalam peristiwa sosial", responden menyatakan TVRI lebih besar memberikan kepuasan dibandingkan RCTI, prosentase perbandingannya 68.7 % dan 59.4 %.

Dari hasil penelitian tersebut di atas dapat dikatakan bahwa untuk GO yang berkaitan dengan *informasi* tentang kegiatan pemerintahan, medium TVRI umumnya cenderung dianggap lebih besar memberikan bantuan dalam hal kepuasan sebagian besar responden dibanding medium RCTI. Pernyataan responden tersebut wajar, karena medium TVRI adalah medium milik pemerintah, yang banyak menyuarakan pemerintahan. Berbeda dengan RCTI yang merupakan medium televisi swasta, medium ini lebih berorientasi ke arah komersial. Sebagian besar responden menyatakan bahwa *hiburan* lebih besar diperoleh dari RCTI

dibanding TVRI. Perbedaan itu tentu saja akan mewarnai penyajian tayangan masing-masing medium.

### C. Test T

#### 1. Kepuasan yang Dicari ( Gratifications Sought )

Tabel 40  
Test T Kepuasan yang Dicari dari TVRI menurut jenis kelamin responden  
n = 217

Pernyataan-pernyataan Kepuasan yang Dicari (GS)	Rata-rata ( X )		t value	Ketr
	Laki-laki	Perempuan		
1. Informasi tanah air	4.11	4.08	0.84	t.s.
2. Informasi di dunia	4.72	4.67	0.73	t.s.
3. Informasi program pembangunan	3.68	3.70	- 0.30	t.s.
4. Informasi kegiatan pemerintah ( dalam dan luar negeri )	3.98	4.01	- 0.44	t.s.
5. Informasi politik	3.69	3.71	- 0.15	t.s.
6. Informasi ekonomi	3.49	3.51	- 0.19	t.s.
7. Informasi masalah sosial	3.39	3.40	- 0.19	t.s.
8. Informasi kebudayaan	3.20	3.21	- 0.13	t.s.
9. Membantu melupakan kenyataan hidup sehari-hari	3.22	3.18	0.47	t.s.
10. Mengurangi ketegangan	3.59	3.62	- 0.41	t.s.
11. Mengatasi kesepian	3.81	3.80	0.10	t.s.
12. Mengisi waktu senggang	3.49	3.50	- 0.19	t.s.
13. Melupakan tugas rutin	3.40	3.41	- 0.09	t.s.
14. Mengurangi kegelisahan	3.30	3.32	- 0.23	t.s.
15. Memperoleh hiburan	3.73	3.69	0.52	t.s.
16. Mencari kesenangan	3.72	3.71	0.18	t.s.
17. Santai	3.83	3.79	0.69	t.s.
18. Menikmati hal imajinatif yang tidak pernah dialami	3.62	3.60	0.20	t.s.
19. Berpartisipasi dalam diskusi dengan teman	3.70	3.68	0.19	t.s.
20. Bahan masukan pengambilan keputusan	3.59	3.60	- 0.15	t.s.
21. Menimbulkan rasa percaya diri	3.82	3.81	0.14	t.s.
22. Merasa berpartisipasi dalam peristiwa sosial	3.32	3.30	0.28	t.s.
23. Memiliki pendapat sendiri	3.77	3.65	1.11	t.s.

24. Memperkuat hubungan dengan orang lain	3.53	3.50	0.22	t.s.
25. Membagi pengalaman dengan orang lain	3.94	3.89	0.48	t.s.

Derajat bebas (df) : 215

Keterangan : t.s. = tidak signifikan pada alpha 0.05

Dari tabel di atas diketahui bahwa seluruh pernyataan GS tidak signifikan pada alpha 0.05. Ini berarti, tidak ada perbedaan GS TVRI pada laki-laki maupun perempuan.



Tabel 41  
 Test T Kepuasan yang Dicari dari RCTI menurut jenis kelamin responden  
 n = 217

Pernyataan-pernyataan Kepuasan yang Dicari (GS)	Rata-rata ( X )		t value	Retr
	Laki-laki	Perempuan		
1. Informasi tanah air	4.11	4.08	0.84	t.s.
2. Informasi di dunia	4.72	4.67	0.73	t.s.
3. Informasi program pembangunan	3.68	3.70	- 0.30	t.s.
4. Informasi kegiatan pemerintah ( dalam dan luar negeri )	3.98	4.01	- 0.44	t.s.
5. Informasi politik	3.69	3.71	- 0.15	t.s.
6. Informasi ekonomi	3.49	3.51	- 0.19	t.s.
7. Informasi masalah sosial	3.39	3.40	- 0.19	t.s.
8. Informasi kebudayaan	3.20	3.21	- 0.13	t.s.
9. Membantu melupakan kenyataan hidup sehari-hari	3.22	3.18	0.47	t.s.
10. Mengurangi ketegangan	3.59	3.62	- 0.41	t.s.
11. Mengatasi kesepian	3.81	3.80	0.10	t.s.
12. Mengisi waktu senggang	3.49	3.50	- 0.19	t.s.
13. Melupakan tugas rutin	3.40	3.41	- 0.09	t.s.
14. Mengurangi kegelisahan	3.30	3.32	- 0.23	t.s.
15. Memperoleh hiburan	3.73	3.69	0.52	t.s.
16. Mencari kesenangan	3.72	3.71	0.18	t.s.
17. Santai	3.83	3.79	0.69	t.s.
18. Menikmati hal imajinatif yang tidak pernah dialami	3.62	3.60	0.20	t.s.
19. Berpartisipasi dalam diskusi dengan teman	3.70	3.68	0.19	t.s.
20. Bahan masukan pengambilan keputusan	3.59	3.60	- 0.15	t.s.
21. Menimbulkan rasa percaya diri	3.82	3.81	0.14	t.s.
22. Merasa berpartisipasi dalam peristiwa sosial	3.32	3.30	0.28	t.s.
23. Memiliki pendapat sendiri	3.77	3.65	1.11	t.s.
24. Memperkuat hubungan dengan orang lain	3.53	3.50	0.22	t.s.
25. Membagi pengalaman dengan orang lain	3.94	3.89	0.48	t.s.

Derajat bebas (df) : 215

Keterangan : t.s. = tidak signifikan pada alpha 0.05

Demikian pula pada tabel GS RCTI, ternyata ke-25 pernyataan tentang GS menunjukkan tidak ada perbedaan baik laki-laki maupun perempuan, yang dapat diketahui melalui pernyataan-pernyataan GS yang tidak signifikan pada alpha 0.05.

Tabel 42  
Perbandingan Test T Kepuasan yang Dicari Responden dari TVRI dan RCTI menurut jenis kelamin  
n = 217

Pernyataan-pernyataan Kepuasan yang Diperoleh (GS)	Jenis kelamin	TVRI			RCTI		
		X	t value	Keterangan	X	t value	Keterangan
1. Informasi tanah air	Lk.	3.56	0.94	t.s.	4.21	0.81	t.s.
	Pr.	3.42			4.14		
2. Informasi di dunia	Lk.	4.24	1.09	t.s.	4.21	0.66	t.s.
	Pr.	4.10			4.14		
3. Informasi program pembangunan	Lk.	4.08	- 0.14	t.s.	4.00	0.00	t.s.
	Pr.	4.09			4.00		
4. Informasi kegiatan pemerintah ( dalam dan luar negeri )	Lk.	4.05	1.12	t.s.	3.73	0.15	t.s.
	Pr.	3.95			3.71		
5. Informasi politik	Lk.	3.52	0.93	t.s.	3.43	1.01	t.s.
	Pr.	3.43			3.33		
6. Informasi ekonomi	Lk.	4.13	0.39	t.s.	4.04	0.36	t.s.
	Pr.	4.08			3.99		
7. Informasi masalah sosial	Lk.	3.92	0.14	t.s.	3.92	0.14	t.s.
	Pr.	3.90			3.90		
8. Informasi kebudayaan	Lk.	3.86	0.56	t.s.	3.86	0.56	t.s.
	Pr.	3.78			3.78		
9. Membantu melupakan kenyataan hidup sehari-hari	Lk.	3.73	0.12	t.s.	3.98	- 0.24	t.s.
	Pr.	3.72			4.01		
10. Mengurangi ketegangan	Lk.	4.24	0.62	t.s.	4.32	0.36	t.s.
	Pr.	4.17			4.28		
11. Mengatasi kesepian	Lk.	4.02	0.36	t.s.	4.10	0.07	t.s.
	Pr.	3.98			4.09		
12. Mengisi waktu senggang	Lk.	4.24	0.62	t.s.	4.32	0.36	t.s.
	Pr.	4.17			4.28		
13. Melupakan tugas rutin	Lk.	3.89	- 0.15	t.s.	3.97	- 0.38	t.s.
	Pr.	3.92			4.03		
14. Mengurangi kegelisahan	Lk.	3.69	- 0.44	t.s.	3.77	- 1.11	t.s.
	Pr.	3.72			3.83		

15. Memperoleh hiburan	Lk.	4.14	0.89	t.s.	4.40	- 0.9	t.s.
	Pr.	4.07			4.41		
16. Mencari kesenangan	Lk.	4.30	- 0.7	t.s.	4.20	- 0.28	t.s.
	Pr.	4.31			4.23		
17. Santai	Lk.	3.76	1.07	t.s.	3.91	0.46	t.s.
	Pr.	3.64			3.86		
18. Menikmati hal imajinatif yang tidak pernah dialami	Lk.	3.71	0.31	t.s.	3.70	0.31	t.s.
	Pr.	3.69			3.69		
19. Berpartisipasi dalam diskusi dengan teman	Lk.	3.63	0.77	t.s.	3.87	- 0.23	t.s.
	Pr.	3.58			3.89		
20. Bahan masukan pengambilan keputusan	Lk.	3.91	0.10	t.s.	3.97	- 0.33	t.s.
	Pr.	3.89			4.02		
21. Menimbulkan rasa percaya diri	Lk.	3.71	0.20	t.s.	3.79	0.13	t.s.
	Pr.	3.69			3.78		
22. Merasa berpartisipasi dalam peristiwa sosial	Lk.	3.58	- 0.13	t.s.	3.67	- 0.16	t.s.
	Pr.	3.59			3.69		
23. Memiliki pendapat sendiri	Lk.	4.08	- 0.44	t.s.	3.78	- 0.58	t.s.
	Pr.	4.11			3.83		
24. Memperkuat hubungan dengan orang lain	Lk.	4.10	- 0.30	t.s.	4.28	- 0.45	t.s.
	Pr.	4.13			4.31		
25. Membagi pengalaman dengan orang lain	Lk.	4.28	- 0.45	t.s.	4.35	- 0.78	t.s.
	Pr.	4.32			4.43		

Derajat bebas (df) : 215

Keterangan : t.s. = tidak signifikan pada alpha 0.05

Melalui uji statistik Test T terhadap GS baik TVRI maupun RCTI diperoleh hasil bahwa seluruh pernyataan GS tidak signifikan pada alpha 0.05. Ini berarti, tidak ada perbedaan GS pada laki-laki maupun perempuan. Dengan demikian, hipotesis penelitian pertama ditolak, dan hipotesis nol diterima. Penerimaan hipotesis nol sesuai dengan hasil penelitian Palmgreen tentang perbedaan kepuasan, bahwa tidak ada perbedaan GS.

2. Kepuasan yang Diperoleh ( Gratification Obtained )

Tabel 43  
Test T Kepuasan yang Diperoleh dari TVRI menurut jenis kelamin responden  
n = 217

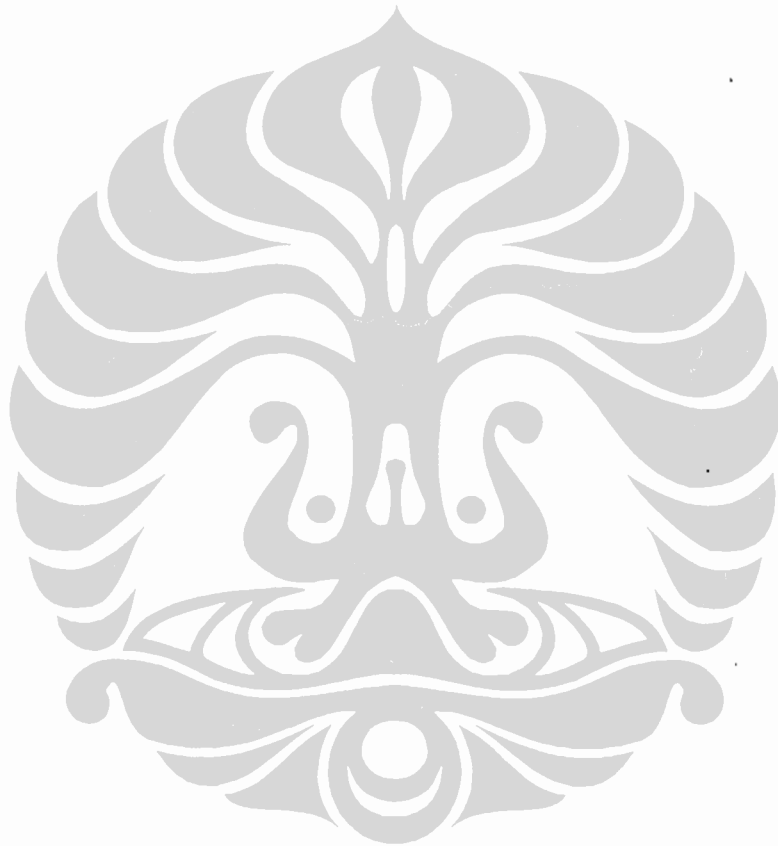
Pernyataan-pernyataan Kepuasan yang Diperoleh (GO)	Rata-rata ( X )		t value	Ketera
	Laki-laki	Perempuan		
1. Informasi tanah air	3.56	3.42	0.94	t.s.
2. Informasi di dunia	4.24	4.10	1.09	t.s.
3. Informasi program pembangunan	4.08	4.09	-0.14	t.s.
4. Informasi kegiatan pemerintah ( dalam dan luar negeri )	4.05	3.95	1.12	t.s.
5. Informasi politik	3.52	3.43	0.93	t.s.
6. Informasi ekonomi	4.13	4.08	0.39	t.s.
7. Informasi masalah sosial	3.92	3.90	0.14	t.s.
8. Informasi kebudayaan	3.86	3.78	0.56	t.s.
9. Membantu melupakan kenyataan hidup sehari-hari	3.73	3.72	0.12	t.s.
10. Mengurangi ketegangan	4.24	4.17	0.62	t.s.
11. Mengatasi kesepian	4.02	3.98	0.36	t.s.
12. Mengisi waktu senggang	4.24	4.17	0.62	t.s.
13. Melupakan tugas rutin	3.89	3.92	-0.15	t.s.
14. Mengurangi kegelisahan	3.69	3.72	-0.44	t.s.
15. Memperoleh hiburan	4.14	4.07	0.89	t.s.
16. Mencari kesenangan	4.30	4.31	-0.7	t.s.
17. Santai	3.76	3.64	1.07	t.s.
18. Menikmati hal imajinatif yang tidak pernah dialami	3.71	3.69	0.31	t.s.
19. Berpartisipasi dalam diskusi dengan teman	3.63	3.58	0.77	t.s.
20. Bahan masukan pengambilan keputusan	3.91	3.89	0.10	t.s.
21. Menimbulkan rasa percaya diri	3.71	3.69	0.20	t.s.
22. Merasa berpartisipasi dalam peristiwa sosial	3.58	3.59	-0.13	t.s.
23. Memiliki pendapat sendiri	4.08	4.11	-0.44	t.s.
24. Memperkuat hubungan dengan orang lain	4.10	4.13	-0.30	t.s.
25. Membagi pengalaman dengan orang lain	4.28	4.32	-0.45	t.s.

Derajat bebas (df) : 215

Keterangan : t.s. = tidak signifikan pada alpha 0.05



Tabel di atas menunjukkan bahwa ke-25 pernyataan tentang GO tidak signifikan pada alpha 0.05. Artinya, tidak ada perbedaan GO TVRI pada laki-laki maupun perempuan.



Tabel 44  
 Test T Kepuasan yang Diperoleh dari RCTI menurut jenis kelamin responden  
 n = 217

Pernyataan-pernyataan Kepuasan yang Diperoleh (GO)	Rata-rata ( X )		t value	Ketr
	Laki-laki	Perempuan		
1. Informasi tanah air	4.21	4.14	0.81	t.s.
2. Informasi di dunia	4.21	4.14	0.66	t.s.
3. Informasi program pembangunan	4.00	4.00		
4. Informasi kegiatan pemerintah ( dalam dan luar negeri )	3.73	3.71	0.15	t.s.
5. Informasi politik	3.43	3.33	1.01	t.s.
6. Informasi ekonomi	4.04	3.99	0.36	t.s.
7. Informasi masalah sosial	3.92	3.90	0.14	t.s.
8. Informasi kebudayaan	3.86	3.78	0.56	t.s.
9. Membantu melupakan kenyataan hidup sehari-hari	3.98	4.01	-0.24	t.s.
10. Mengurangi ketegangan	4.32	4.28	0.36	t.s.
11. Mengatasi kesepian	4.10	4.09	0.07	t.s.
12. Mengisi waktu senggang	4.32	4.28	0.36	t.s.
13. Melupakan tugas rutin	3.97	4.03	-0.38	t.s.
14. Mengurangi kegelisahan	3.77	3.83	-1.11	t.s.
15. Memperoleh hiburan	4.40	4.41	-0.9	t.s.
16. Mencari kesenangan	4.20	4.23	-0.28	t.s.
17. Santai	3.91	3.86	0.46	t.s.
18. Menikmati hal imajinatif yang tidak pernah dialami	3.70	3.69	0.31	t.s.
19. Berpartisipasi dalam diskusi dengan teman	3.87	3.89	-0.23	t.s.
20. Bahan masukan pengambilan keputusan	3.97	4.02	-0.33	t.s.
21. Menimbulkan rasa percaya diri	3.79	3.78	0.13	t.s.
22. Merasa berpartisipasi dalam peristiwa sosial	3.67	3.69	-0.16	t.s.
23. Memiliki pendapat sendiri	3.78	3.83	-0.58	t.s.
24. Memperkuat hubungan dengan orang lain	4.28	4.31	-0.45	t.s.
25. Membagi pengalaman dengan orang lain	4.35	4.43	-0.78	t.s.

Derajat bebas (df) : 215

Keterangan : t.s. = tidak signifikan pada alpha 0.05

Demikian pula pada tabel GO RCTI, ternyata seluruh pernyataan tentang GO menunjukkan tidak ada perbedaan baik laki-laki maupun perempuan. Hasil penelitian tersebut diketahui dari seluruh pernyataan GO yang tidak signifikan pada alpha 0.05.

#### D. Kesenjangan Kepuasan

Berdasarkan pernyataan yang dikemukakan Palmgreen dan kawan-kawan, bahwa dengan membandingkan kepuasan yang diperoleh (GO) antar program akan diketahui kesenjangan kepuasan (diskrepansi gratifikasi). Dan dengan mengetahui diskrepansi ini, dapat dilihat program yang lebih disukai seseorang.

Dalam penelitian ini, hipotesis penelitian yang ketiga menyatakan bahwa penonton suatu saluran televisi akan menganggap *lebih tinggi* kepuasan yang diperoleh (GO) dari saluran televisi yang lebih disukainya (favorit) dibandingkan dengan saluran televisi lain. Berarti ada kesenjangan kepuasan antara GO saluran televisi yang lebih disukai dengan GO saluran televisi lain yang menjadi pembandingnya. Sedangkan hipotesis nol menyatakan bahwa penonton suatu saluran televisi tersebut tidak akan menganggap lebih tinggi kepuasan yang diperoleh (GO) dari saluran televisi favorit dibandingkan dengan saluran televisi lain.

Tabel 45  
Perbandingan Test T Kepuasan yang Diperoleh Responden dari TVRI dan RCTI menurut jenis kelamin  
n = 217

Pernyataan-pernyataan Kepuasan yang Diperoleh (50)	Jenis kelamin	TVRI			RCTI		
		X	t value	Keterangan	X	t value	Keterangan
1. Informasi tanah air	Lk.	3.56	0.94	t.s.	4.21	0.81	t.s.
	Pr.	3.42			4.14		
2. Informasi di dunia	Lk.	4.24	1.09	t.s.	4.21	0.66	t.s.
	Pr.	4.10			4.14		
3. Informasi program pembangunan	Lk.	4.08	- 0.14	t.s.	4.00	0.00	t.s.
	Pr.	4.09			4.00		
4. Informasi kegiatan pemerintah ( dalam dan luar negeri )	Lk.	4.05	1.12	t.s.	3.73	0.15	t.s.
	Pr.	3.95			3.71		
5. Informasi politik	Lk.	3.52	0.93	t.s.	3.43	1.01	t.s.
	Pr.	3.43			3.33		
6. Informasi ekonomi	Lk.	4.13	0.39	t.s.	4.04	0.36	t.s.
	Pr.	4.08			3.99		
7. Informasi masalah sosial	Lk.	3.92	0.14	t.s.	3.92	0.14	t.s.
	Pr.	3.90			3.90		
8. Informasi kebudayaan	Lk.	3.86	0.56	t.s.	3.86	0.56	t.s.
	Pr.	3.78			3.78		
9. Membantu melupakan kenyataan hidup sehari-hari	Lk.	3.73	0.12	t.s.	3.98	- 0.24	t.s.
	Pr.	3.72			4.01		
10. Mengurangi ketegangan	Lk.	4.24	0.62	t.s.	4.32	0.36	t.s.
	Pr.	4.17			4.28		
11. Mengatasi kesepian	Lk.	4.02	0.36	t.s.	4.10	0.07	t.s.
	Pr.	3.98			4.09		
12. Mengisi waktu senggang	Lk.	4.24	0.62	t.s.	4.32	0.36	t.s.
	Pr.	4.17			4.28		
13. Melupakan tugas rutin	Lk.	3.89	- 0.15	t.s.	3.97	- 0.38	t.s.
	Pr.	3.92			4.03		
14. Mengurangi kegelisahan	Lk.	3.69	- 0.44	t.s.	3.77	- 1.11	t.s.
	Pr.	3.72			3.83		
15. Memperoleh hiburan	Lk.	4.14	0.89	t.s.	4.40	- 0.9	t.s.
	Pr.	4.07			4.41		
16. Mencari kesenangan	Lk.	4.30	- 0.7	t.s.	4.20	- 0.28	t.s.
	Pr.	4.31			4.23		
17. Santai	Lk.	3.76	1.07	t.s.	3.91	0.46	t.s.
	Pr.	3.64			3.86		
18. Menikmati hal imajinatif yang tidak pernah dialami	Lk.	3.71	0.31	t.s.	3.70	0.31	t.s.
	Pr.	3.69			3.69		
19. Berpartisipasi dalam diskusi dengan teman	Lk.	3.63	0.77	t.s.	3.87	- 0.23	t.s.
	Pr.	3.58			3.89		

20. Bahan masukan pengambilan keputusan	Lk.	3.91	0.10	t.s.	3.97	- 0.33	t.s.
	Pr.	3.89			4.02		
21. Meniadakan rasa percaya diri	Lk.	3.71	0.20	t.s.	3.79	0.13	t.s.
	Pr.	3.69			3.78		
22. Merasa berpartisipasi dalam peristiwa sosial	Lk.	3.58	- 0.13	t.s.	3.67	- 0.16	t.s.
	Pr.	3.59			3.69		
23. Memiliki pendapat sendiri	Lk.	4.08	- 0.44	t.s.	3.78	- 0.58	t.s.
	Pr.	4.11			3.83		
24. Memperkuat hubungan dengan orang lain	Lk.	4.10	- 0.30	t.s.	4.28	- 0.45	t.s.
	Pr.	4.13			4.31		
25. Membagi pengalaman dengan orang lain	Lk.	4.28	- 0.45	t.s.	4.35	- 0.78	t.s.
	Pr.	4.32			4.43		

Derajat bebas (df) : 215

Keterangan : t.s. = tidak signifikan pada alpha 0.05

Melalui uji statistik dengan test T, di mana dibandingkan antara penonton TVRI maupun RCTI yang dibedakan menurut jenis kelamin responden, ternyata ke-25 pernyataan kepuasan yang diperoleh (GO) seluruhnya tidak signifikan pada alpha 0.05. Dengan demikian, dapat dikatakan secara umum hipotesis penelitian ketiga ditolak, dan hipotesis nol diterima.

Hasil penelitian tersebut di atas menunjukkan bahwa kesenjangan kepuasan tidak tampak dalam semua pernyataan. Oleh karena itu, peneliti melakukan pengujian statistik lagi dengan melihat perbandingan langsung antara kepuasan yang dicari (GS) dengan kepuasan yang diperoleh (GO) antara kedua saluran televisi. Jika teori mengatakan, dengan membandingkan kepuasan yang diperoleh (GO) saluran televisi favorit dengan saluran televisi pembanding akan tampak kesenjangan kepuasan, maka kali ini peneliti mencoba untuk menghadapkan langsung GS

dengan GO untuk menguji ada tidaknya kesenjangan kepuasan. Untuk itu, digunakan uji statistik dengan Chi-Kuadrat. Hasil pengujian tersebut dapat dilihat pada kedua tabel berikut :

Tabel 46  
Tabel silang Kepuasan yang Dicari (GS)  
dengan Kepuasan yang Diperoleh (GO) dari TVRI  
n = 217

GS	GO	Kecil		Besar		Jumlah	
		f	%	f	%	f	%
Tidak penting		62	71.3	45	34.6	107	49.3
Penting		25	28.7	85	65.4	110	50.7
Jumlah		87	100	130	100	217	100

Nilai Chi-Kuadrat = 10.3  
Derajat bebas (df) = 1  
Signifikansi = 0.0013

Tabel di atas memperlihatkan bahwa GS yang dianggap tidak penting menurut responden cenderung menghasilkan GO yang kecil. Begitu juga sebaliknya, GS yang dianggap penting cenderung menghasilkan GO yang besar pula. Dengan demikian dapat disimpulkan, bahwa jika diadakan perbandingan langsung GS dengan GO untuk TVRI, diperoleh hasil yang signifikan ( 0.0013 ).

Tabel 47  
Tabel silang Kepuasan yang Dicari (GS)  
dengan Kepuasan yang Diperoleh (GO) dari RCTI  
n = 217

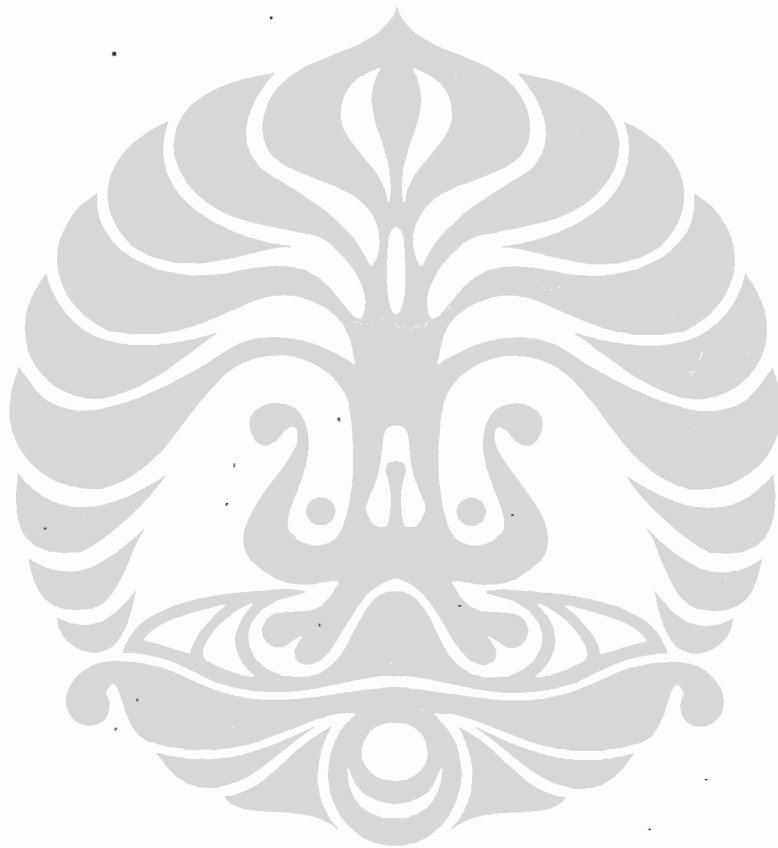
GS	GO	Kecil		Besar		Jumlah	
		f	%	f	%	f	%
Tidak penting		41	62.1	45	29.8	86	39.6
Penting		25	37.9	106	70.2	131	60.4
Jumlah		66	100	151	100	217	100

Nilai Chi-Kuadrat = 11.7  
 Derajat bebas (df) = 1  
 Signifikansi = 0.0006

Hasil yang sama terjadi pula pada perbandingan GS-GO untuk RCTI. Dari tabel di atas terlihat bahwa GS yang dianggap tidak penting menurut responden cenderung menghasilkan GO yang kecil. Demikian pula sebaliknya, GS yang dianggap penting cenderung mempunyai GO yang besar. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa jika diadakan perbandingan langsung antara GS dan GO untuk RCTI, diperoleh hasil yang signifikan ( 0.0001 ).

Dari kedua tabel silang tersebut, dapat dikatakan bahwa dalam penelitian ini kesenjangan kepuasan baru akan tampak jika diadakan perbandingan langsung antara kepuasan yang dicari (GS) dengan kepuasan yang diperoleh (GO), bukan seperti yang dilakukan oleh Palmgreen, yaitu membandingkan kepuasan yang diperoleh (GO) dari program favorit (dalam penelitian ini saluran televisi favorit) dengan kepuasan yang

diperoleh (GO) dari program pembandingan (saluran televisi pembandingan).





BAB V  
PENUTUP

A. Kesimpulan dan Diskusi

Seperti telah diuraikan dalam bab-bab sebelumnya bahwa penelitian ini mencoba menjawab beberapa pertanyaan yang berkaitan dengan masalah kesenjangan kepuasan pemirsa TVRI dan RCTI. Permasalahan yang dikupas dalam penelitian ini dirumuskan dalam bentuk pertanyaan berikut :

- a. Bagaimana kepuasan yang dicari (Gratification Sought) pemirsa TVRI dan RCTI ?
- b. Bagaimana kepuasan yang diperoleh (Gratification Obtained) pemirsa terhadap tayangan TVRI maupun RCTI ?
- c. Apakah ada kesenjangan antara kepuasan yang dicari dengan kepuasan yang diperoleh pemirsa TVRI maupun RCTI ?

Sebelum menjawab pertanyaan di atas, dapat dikemukakan beberapa hal yang menyangkut aspek responden, meliputi : karakteristik responden, pola penggunaan televisi, penggunaan media lain, kebiasaan menonton responden, kadar kesukaan responden, dan penilaian responden terhadap program acara TVRI dan RCTI.

Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa berdasarkan karakteristik responden dapat diketahui mayoritas responden berusia 21 - 30 tahun (46.5 %). Responden perempuan (63.6 %) lebih banyak dibanding responden laki-laki (36.4 %).

Pendidikan responden umumnya cukup tinggi, yakni mereka berpendidikan sarjana ( S1, S2, dan S3 ) prosentasenya mencapai 46.5 %. Mereka umumnya memiliki pekerjaan, paling banyak sebagai pegawai swasta (28.1 %), kemudian pegawai negeri 26.8 %. Sebagian besar responden belum menikah (62.7 %). Dan umumnya pengeluaran responden rata-rata perbulan berkisar Rp. 500.000,- hingga Rp. 599.999,-.

Berdasarkan pola penggunaan media, dapat dikemukakan bahwa mayoritas responden berkecenderungan menonton RCTI setiap hari (62.3 %) dan mayoritas responden menonton TVRI sebanyak lima hari dalam satu minggu (59.4 %). Sebagian besar responden ( 37.3 %) menonton TVRI menggunakan waktu rata-rata kurang dari satu jam dalam sehari. Sedangkan RCTI paling banyak (29.3 %) ditonton oleh responden rata-rata selama 2 - 3 jam sehari. Responden umumnya menonton hanya program acara yang diminati saja (99.1 %). Dan sebagian besar responden memperoleh informasi tentang acara televisi dari surat kabar. Adanya perbedaan lama menonton disebabkan para pemirsa televisi umumnya cenderung selektif / kritis, akibat kepentingan berbeda dan waktu yang terbatas, sehingga kebutuhanpun berbeda. Sebagai contoh, pemirsa RCTI tetap tidak memindahkan saluran ke TVRI pada saat RCTI wajib bergabung dengan TVRI untuk merelay berita. Ini dapat menyebabkan terjadinya perbedaan waktu yang digunakan untuk menonton suatu saluran televisi tertentu.

Berdasarkan penggunaan media lain untuk memperoleh informasi, selain TVRI dan RCTI, terdapat kecenderungan menonjol bahwa sebagian besar responden (97.7 %) menggunakan surat kabar sebagai sumber informasinya di banding dengan media lainnya. Sedangkan untuk memperoleh hiburan, selain TVRI dan RCTI, terdapat kecenderungan menonjol bahwa sebagian besar responden (98.8 %) membaca majalah, kemudian video sebanyak 60.8 %.

Menurut nama medianya, surat kabar yang paling banyak dijadikan sebagai sumber informasi oleh responden adalah Kompas (45.9 %). Majalah Tempo menempati urutan teratas digunakan sebagai sumber informasi (76 %), Tabloid Detik 41 % dan Radio yang paling banyak dipilih responden sebagai sumber informasi adalah RRI Pusat (36.4 %). Sedangkan penggunaan media lain untuk memperoleh hiburan selain TVRI dan RCTI, yakni surat kabar Kompas (49.3 %), Majalah sebagai sumber hiburan terbanyak adalah Femina (48.8 %), Tabloid Nova 45.6 %, dan Radio yang paling banyak dipilih responden sebagai sumber hiburan adalah RRI Pro 2 Jakarta (37.8 %). Dari hasil penelitian tersebut, Femina termasuk dalam pilihan responden untuk sumber hiburan, tidak terlepas dari kenyataan bahwa sebagian besar responden penelitian adalah perempuan.

Berdasarkan kebiasaan responden menonton TVRI, terlihat bahwa responden berminat terhadap program acara film seri, olahraga, dan drama. Sedangkan program acara RCTI yang

diminati antara lain : film seri, drama, komedi, musik Barat dan musik Indonesia.

Program acara TVRI yang disukai responden antara lain berita nasional, berita internasional, quiz, komedi, dan olahraga. Sedangkan program acara RCTI yang disukai antara lain film seri, berita nasional, berita internasional, drama, program agama dan program anak-anak.

Berdasarkan penilaian responden terhadap program acara, program TVRI yang dianggap baik oleh responden antara lain : program agama, program pendidikan dan ilmu pengetahuan, olahraga, berita nasional, dan berita internasional. Sedangkan program acara RCTI, antara lain : berita internasional, berita nasional, quiz, drama, program pendidikan dan ilmu pengetahuan, film seri dan program agama.

Dari hasil penelitian tentang kepuasan yang dicari (Gratification Sought) diketahui bahwa tidak ada perbedaan GS antara TVRI dan RCTI. Pernyataan tersebut sesuai dengan hasil penelitian Palmgreen tentang perbedaan GS. Dengan demikian hipotesis nol diterima.

Dari hasil perbandingan kepuasan yang diperoleh (GO) TVRI dan RCTI diketahui bahwa semua pernyataan GO hampir sama persentasenya. Tetapi untuk beberapa pernyataan GO, terdapat perbedaan antara pemirsa TVRI dengan pemirsa RCTI, walaupun perbedaan tersebut sangat kecil persentasenya. Perbedaan tersebut antara lain dapat dilihat bahwa sebagian

besar responden menyatakan GO untuk pernyataan "memperoleh hiburan" melalui RCTI lebih besar dibanding TVRI, prosentase perbandingannya 50.2 % dan 19.8 %. Demikian pula untuk GO "bahan pengambilan keputusan", RCTI lebih besar dibanding TVRI, yaitu 40.6 % dan 30.9 %. Dan untuk GO "membagi pengalaman dengan orang lain", RCTI lebih besar memberikan kepuasan dibanding TVRI, prosentasenya 49.7 % dibanding 40.1 %. Jika dilihat melalui uji statistik *Test t*, ternyata keseluruhan pernyataan GO tidak signifikan, artinya perbedaan tersebut dapat diabaikan. Dengan demikian, dapat dikatakan hasil penelitian tersebut tidak menunjukkan adanya kesenjangan kepuasan.

Namun jika dilakukan perbandingan langsung antara kepuasan yang dicari (GS) dengan kepuasan yang diperoleh (GO), tampak adanya perbedaan kepuasan antara GS dan GO untuk kedua saluran televisi. Artinya ada kesenjangan antara kepuasan yang dicari dengan kepuasan yang diperoleh, baik terhadap TVRI maupun RCTI. Secara lebih konkrit dapat dijabarkan bahwa untuk GS TVRI yang dianggap penting oleh responden, cenderung menghasilkan GO yang besar pula, prosentasenya 65.4 %. Demikian pula pada RCTI, GS yang dianggap penting cenderung mempunyai GO yang besar, prosentasenya 70.2 %.

Ada beberapa alasan yang dapat dikemukakan untuk kenyataan ini. Pertama, dari sudut kerangka teoritis

sebagaimana diuraikan dalam Bab II, dinyatakan bahwa salah satu pernyataan dalam pendekatan *Uses and Gratifications*, antara lain : penggunaan media itu bergantung pada lingkungan sosiologis khalayak, seperti : struktur kelompok dan konteks situasi di mana khalayak itu berada. Pendapat tersebut di atas didukung oleh pengamatan penulis bahwa pada umumnya orang menonton televisi tidak sendiri, tetapi bersama keluarga atau teman. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa peristiwa menonton televisi merupakan peristiwa sosial (bersama-sama dalam satu keluarga atau kelompok), sehingga ada kesepakatan bersama tentang apa yang ditonton. Namun tidak dapat pula dipungkiri adanya kenyataan di Jakarta bahwa dalam satu rumah memiliki lebih dari satu televisi, misalnya televisi terpasang pada setiap kamar/ruangan, sehingga ada kemungkinan setiap anggota keluarga menonton saluran yang berbeda dalam ruangan yang berlainan.

Alasan kedua, seperti dikemukakan dalam Bab III, yang menjadi responden penelitian ini bukan pemirsa "setia" sebuah saluran televisi. Mereka menonton kedua saluran televisi, yaitu TVRI dan RCTI. Dengan demikian, tidak ada pemisahan terhadap pemirsa setia kedua saluran tersebut.

Di samping kedua saluran televisi itu, ternyata responden juga menggunakan media massa lain, seperti : Majalah, Surat kabar, Tabloid, Radio, Video, dan Film Bioskop (tabel 19 & 20). Kedua tabel tersebut menunjukkan bahwa

suratkabar paling banyak digunakan sebagai sumber informasi, sedangkan untuk memperoleh hiburan mayoritas responden memilih majalah. Penggunaan media massa lain dapat menjadi umpan balik (feed back) yang mempengaruhi GO, sebagaimana dikemukakan Palmgreen dan kawan-kawan. GO dapat berasal dari isi media, penggunaan media, dan atau situasi sosial di mana penggunaan terjadi.

Alasan terakhir, berdasarkan hasil penelitian terhadap kepuasan yang diperoleh (GO), diketahui bahwa untuk GO yang berkaitan dengan *informasi* tentang kegiatan pemerintahan, TVRI cenderung dianggap lebih besar memberikan bantuan dalam hal kepuasan yang sebagian besar responden dibanding RCTI. Pernyataan tersebut wajar, karena TVRI adalah medium televisi milik pemerintah. Berbeda dengan RCTI yang merupakan medium televisi swasta, sebagian besar responden menyatakan bahwa *hiburan* lebih besar diperoleh dari RCTI dibanding TVRI. Perbedaan itu tentu saja akan mewarnai penyajian tayangan masing-masing medium. Dengan demikian, untuk program acara sejenis, kedua saluran televisi tersebut berusaha menampilkan ciri khas tersendiri dalam program acaranya dan diupayakan untuk menampilkan tayangan-tayangan yang semenarik mungkin, agar dapat memuaskan pemirsanya, yang pada akhirnya memungkinkan kedua saluran televisi yang bersaing tadi justru bersifat saling melengkapi ( *complementary* ).

Dari diskusi ini, dapat disimpulkan bahwa seorang anggota khalayak (dalam penelitian ini pemirsa TVRI dan RCTI yang berusia di atas 17 tahun di wilayah Jakarta) , mempunyai harapan-harapan tentang saluran televisi (GS) yang memotivasinya untuk mengkonsumsi saluran televisi tertentu (TVRI atau RCTI), serta sejumlah media lain. Dari konsumsi terhadap saluran televisi itu, pemirsa memperoleh kepuasan (GO). Penggunaan saluran televisi tersebut dapat pula menjadi umpan balik (feed back) yang mempengaruhi GO, sehingga memungkinkan terjadinya kesenjangan kepuasan. Adanya kesenjangan kepuasan dalam GO dari saluran televisi yang ditonton pemirsa akan membawa pengaruh pada GS. Muncul perubahan dalam GS berbentuk harapan-harapan baru (GS) tentang televisi. Demikian lingkaran GS - GO - penggunaan media ini terus berlangsung dalam konsumsi media.

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang telah penulis kemukakan, ada beberapa saran yang bersifat akademis maupun praktis, yang dapat dijabarkan sebagai berikut :

### **1. Akademis**

Beberapa saran yang berkaitan dengan metode penelitian, antara lain :

- a. Penelitian yang bersifat deskriptif ini membahas tentang kesenjangan kepuasan pada penonton TVRI dan



RCTI di lima wilayah Jakarta. Untuk kelanjutan studi kesenjangan (diskrepansi) ini, dapat diuji kembali kemungkinan membandingkan langsung GS dengan GO, sehingga terlihat kesenjangan kepuasan, sebagaimana yang telah dilakukan oleh peneliti dalam studi ini.

- b. Mengenai populasi dan sampel penelitian, hendaknya diadakan perbedaan antara pemirsa TVRI dan RCTI. Jadi, mereka yang sungguh-sungguh menyukai ("setia") terhadap salah satu dari kedua saluran televisi itulah yang diambil menjadi responden penelitian.
- c. Generalisasi penelitian ini terbatas hanya pada sebagian populasi penduduk DKI Jakarta dengan sampel terbatas. Untuk mendapatkan suatu generalisasi yang valid diperlukan suatu ukuran sampel yang memadai. Untuk memperoleh hal tersebut, perlu kiranya dilakukan dengan ukuran sampel dan area yang lebih besar.
- d. Jika dalam penelitian ini hanya jenis kelamin responden yang dihubungkan dengan kesenjangan kepuasan, untuk penelitian mendatang dapat dikaitkan karakteristik responden lainnya, sehingga dapat diketahui sejauh mana hubungan karakteristik responden berpengaruh terhadap pola penggunaan media, harapan dan kepuasan responden.
- e. Dalam penelitian ini, penulis tidak memfokuskan pada isi acaranya. Untuk penelitian selanjutnya, perlu kiranya dibedakan produk asing dan produk lokal.

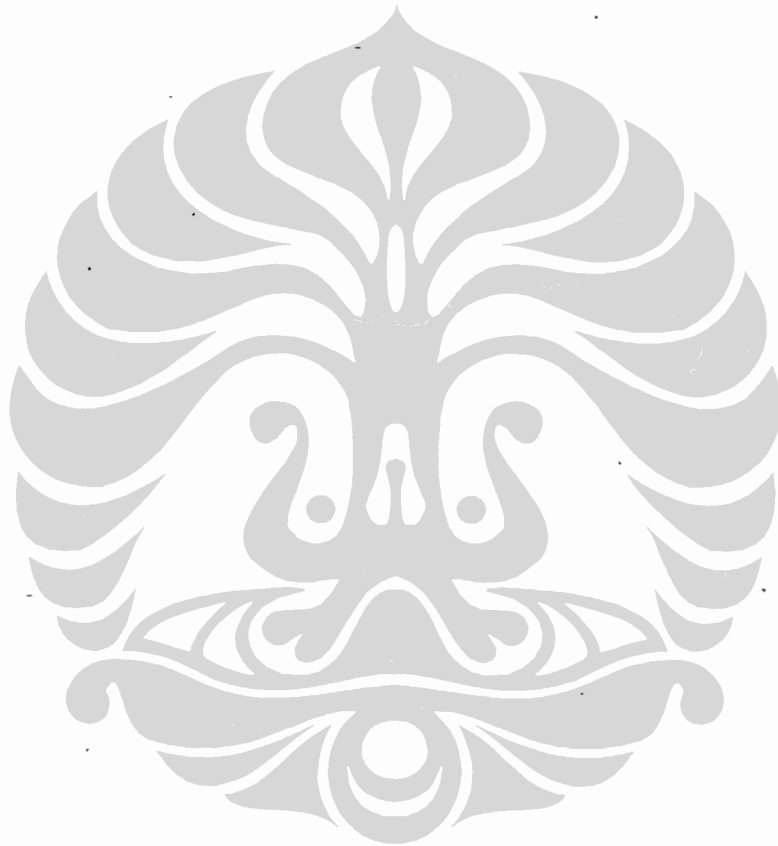
f. Dengan adanya hasil penelitian ini, dapat kiranya menjadi perintis untuk penelitian-penelitian selanjutnya, terutama terhadap media massa lain, seperti surat kabar, majalah, radio, film dan lainnya.

## 2. Praktis

Beberapa saran praktis untuk pengelola program acara TVRI dan RCTI yang dapat peneliti berikan melalui studi ini, antara lain :

- a. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa ternyata sebagian besar responden menggunakan surat kabar sebagai sumber informasi dan majalah sebagai sumber untuk memperoleh hiburan. Agar khalayak tidak banyak mengandalkan surat kabar dan majalah untuk memenuhi kebutuhan akan informasi maupun hiburan, maka sebaiknya diperbanyak produk lokal dan peningkatan mutu acara karena pemirsa umumnya selektif dalam memilih program acara.
- b. Berdasarkan kepuasan yang dicari pemirsa televisi melalui TVRI dan RCTI, diperoleh hasil bahwa sebagian besar pemirsa ingin memperoleh informasi tanah air, informasi dunia, informasi kegiatan pemerintahan (dalam dan luar negeri), memperoleh hiburan, membagi pengalaman dengan orang lain, menimbulkan rasa percaya diri dan mengatasi kesepian. Implikasi penelitian ini akan memberi masukan pada praktisi media akan pentingnya

memperhatikan kepuasan pemirsa yang tentunya juga berkaitan dengan peningkatan mutu siarannya, sehingga dapat memenuhi selera pemirsanya. Program acara yang disusun hendaknya memperhatikan kebutuhan dan harapan pemirsanya.



## DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Agee, Warren K.; Philip H. Ault & Edwin Emery. *Introduction to Mass Communication*. USA : Harper & Row Publishers, 1982.
- Alfian & Godwin C. Chu, ed. *Satelitte Television in Indonesia*. East West Center, 1981.
- Babbie, Earl. *The Practice of Social Research*. Belmont, CA : Wadsworth Publishing Company, 1983
- Biro Pusat Statistik. *Indikator Kesejahteraan Rakyat*. Jakarta : BPS, 1985.
- . *Statistik Indonesia 1990*. Jakarta : BPS, 1990.
- . *Teknik Penarikan Sampel*. Jakarta : BPS, 1976.
- Blumler, Jay G. & Elihu Katz, ed. *The Uses of Mass Communications : Current Perspectives on Gratifications Research*. Beverly Hills, CA : Sage Publications, Inc., 1974.
- Carey, J.W. & Kreiling A.L. " Popular Culture and Uses and Gratifications : Notes Toward and Accomodation", in Blumler, J.G. & Katz, E. (eds), *The Uses of Mass Communications Current Perspectives on Gratifications Research*, Volume 3. Beverly Hills, CA : Sage Publications Inc., 1974.
- Chaffee, S.H., " Mass Media Effects New Research Perspectives ", in Wilhoit, G.C. & De Bock, H. (eds), *Mass Communication Review Yearbook*, Volume I, 1980.
- Clarke, P. & Fredin, " E. Newspaper, Television, and Political Reasoning ", in Wilhoit, G.C. & De Bock, H. (eds), *Mass Communication Review Yearbook*, Volume I, 1980.
- De Fleur, M.L. & Ball-Rokeach, S. *The Theories of Mass Communication*, 5 th Edition. London : Longman Inc., 1989.
- Dinas Kependudukan DKI Jaya. *Sensus 1993*. Jakarta, 1993.
- Donohew, L., Tipton, L. & Haney, R. " Analysis of Information Seeking Stategies ", in Wilhoit, G.C. & De Bock, H. (eds), *Mass Communication Review Yearbook*, Volume I, 1980.

- Elliot, P. "Uses and Gratifications Research : A Critique and Sociological Alternatif", in Blunler, J.G. & Katz, E. (eds), *The Uses of Mass Communications Current Perspectives on Gratifications Research*, Volume 3. Beverly Hills, CA : Sage Publications Inc., 1974.
- Goble, Frank G. *Mazhab Ketiga : Psikologi Humanistik Abraham Maslow*, terj. Drs. A. Supratiknyo. Yogyakarta : Kanisius, 1987.
- Golding, P. & Murdock, G. "The Theories of Communication and Theories of Society", in Wilhoit, G.C. & De Bock, H, (eds), *Mass Communication Review Yearbook*, Volume I, 1980.
- Hiebert, Ray Eldon; Donald F. Ungurait ; Thomas W. Bohn. *Mass Media II : An Introduction to Modern Communication*. New York : Longmann, Inc., 1979.
- Kerlinger, F.N. *Foundations of Behaviour Research*, 3rd Edition. New York : A Holt International Edition, 1986.
- Kim, Jae-On & Charles W. Mueller. *Introduction to Factor Analysis*. Beverly Hills, CA : Sage Publications, Inc., 1978.
- Koentjoroningrat, ed. *Metode - Metode Penelitian Masyarakat*. Jakarta : Gramedia, 1983.
- Levy, M.R. & Windahl, S." Audience Activity & Gratifications: A Conceptual Clarification and Exploration ", *Communication Research*, Volume 11, Januari, 1984.
- Littlejohn, Stephen W. *Theories of Human Communication*, third edition. Belmont, CA : Wadsworth Publishing Company, 1987.
- McLeod, J.M. & Becker, L.B. *The Uses and Gratifications Approach : Handbook of Political Communication*, edited by Dan Nimmo and Keith R. Sanders. Beverly Hills, CA : Sage Publications, 1981.
- McQuail, Dennis & Sven Windahl. *Communication Models : For The Study of Mass Communications*. New York : Longman, Inc., 1981.
- *Mass Communications Theory, An Introduction*. Beverly Hills, CA : Sage Publications Inc., 1987.

- Miller, Delbert C. *Handbook of Research Design and Social Measurement*. New York : Longman, 1983.
- Norusis, M.J. *The SPSS Guide to Data Analysis for SPSS/PC+*. Chicago : SPSS Inc., 1988.
- Palmgreen, Philip. " Uses and Gratification, A Theoretical Perspective ", *Communication Yearbook VIII*. Beverly Hills, CA : Sage Publications, Inc., 1985.
- , L.A. Wenner & J.D. Rayburn II. " Gratification Discrepancies and News Program Choice ", *Communication Research No. 4 / Vol. VIII*, October 1981.
- , Karl Eric Rosengren & Lawrence A. Wenner. *Media Gratifications Research : Current Perspectives*. Beverly Hills, CA : Sage Publications, Inc., 1985.
- Rakhmat, Jalaluddin. *Psikologi Komunikasi*. Bandung : CV Re-maja Karya, 1985.
- Rosengren, E.K. " Uses and Gratifications : Paradigm Outlined ", Blumler, J.G. & Katz, E. (eds), *The Uses of Mass Communications Current Perspectives on Gratifications Research*, Volume 3. Beverly Hills, CA : Sage Publications Inc., 1974.
- Ruben, B.D. *Communication and Human Behavior*. New York : Macmillan Publishing Company, 1984.
- Sandman, M.; M. Rubin & B. Sachman. *Media : An Introductory Analysis of American Mass Communications*, 3<sup>rd</sup> ed. New Jersey : Prentice Hall, 1982.
- Schramm, Wilbur & Donald F. Roberts, eds. *The Process and Effects of Mass Communications*. Chicago : University of Illionis Press, 1974.
- Severin, W.J. & Tankard, J.W.Jr.. *Communication Theories : Origins, Methods, Uses*. New York : Hastings House Publishers, 1979.
- Siegel. Sidney. *Statistik Nonparametrik Untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta : Gramedia, 1985.
- Singarimbun, Masri & Sofian Effendi, eds. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta : LP3ES, 1985.

- Sprinthall, Richard C. *Basic Statistical Analysis*. Reading, MA : Addison - Wesley Publishing Company, Inc., 1982.
- Subrata, H. *Peranan Media Elektronika Menyongsong Era DBS* (Makalah dalam Seminar Direct Broadcasting Satellite/ DBS). Jakarta : TVRI, 1985.
- Survey Research Indonesia. *TV Audience Measurement Greater Jakarta Diary Week 9238 13 - 19 September 1992 : Computer Tabulations*. Jakarta : SRI, 1992.
- Toffler, Alvin. *The Third Wave*. New York : Morrow, 1980.
- Weaver, D.H. & Buddenbaum, J.M. " Newspapers and Television A Review of Research on Uses and Effects ", in Wilhoit, G.C. & De Bock, H. (eds), *Mass Communication Review Yearbook*, Volume I, 1980.
- Wimmer, Roger D. & Joseph R. Dominick. *Mass Media Research : An Introduction*. Belmont, CA : Wadsworth Publishing Company, 1987.
- Windahl, Sven. " Uses and Gratifications at The Crossroads ", in Wilhoit, G.C. & De Bock, H. (eds), *Mass Communication Review Yearbook*, Volume I, 1980.
- Wright, Charles R. " Functional Analysis and Mass Communication Revisited ", in Blumler, J.G. & Katz, E. (eds), *The Uses of Mass Communications Current Perspectives on Gratifications Research*, Volume 3. Beverly Hills, CA : Sage Publications Inc., 1974.
- . *Sosiologi Komunikasi Massa*, terj. Jalaluddin Rakhmat. Bandung : CV Remaja Karya, 1985.

### Majalah

- Tempo No. 43 Tahun XXI, 14 Desember 1991.
- Reporter No. 6 Tahun I, Desember 1989 - Januari 1990.
- Cakram edisi Februari 1993.

## DAFTAR PERTANYAAN

Pertanyaan Saringan :

Berilah tanda silang (X) pada jawaban yang sesuai menurut responden.

Media siaran televisi manakah yang anda tonton ? ( )

- a. Hanya TVRI ( stop, bukan responden )
- b. Hanya RCTI ( stop, bukan responden )
- c. TVRI dan RCTI ( teruskan ke pertanyaan selanjutnya )

### I. Identitas Responden

- 1. No. Responden : ..... ( )
- 2. Jenis Kelamin :
  - 1. Laki-laki ( )
  - 2. Perempuan ( )
- 3. Usia : ..... tahun ( )
- 4. Tempat tinggal :
  - 1. Jakarta Utara ( )
  - 2. Jakarta Selatan
  - 3. Jakarta Barat
  - 4. Jakarta Timur
  - 5. Jakarta Pusat
- 5. Pendidikan :
  - 1. SD/ sederajat ( )
  - 2. SLTP/ sederajat
  - 3. SLTA/ sederajat
  - 4. Akademi/ sederajat
  - 5. Perguruan Tinggi S1
  - 6. Perguruan Tinggi S2
  - 7. Perguruan Tinggi S3
- 6. Pekerjaan :
  - 1. Pegawai Negeri ( )
  - 2. Pegawai Swasta
  - 3. Pegawai BUMN
  - 4. ABRI
  - 5. Pensiunan
  - 6. Wiraswasta
  - 7. Ibu Rumah Tangga
  - 8. Pelajar / Mahasiswa
  - 9. Tidak / belum bekerja
- 7. Status Perkawinan :
  - 1. Belum Menikah ( )
  - 2. Menikah
  - 3. Janda/Duda
- 8. Pengeluaran per-bulan :
  - 1. Kurang dari Rp. 100.000 ( )
  - 2. Rp. 100.000 - Rp. 199.999
  - 3. Rp. 200.000 - Rp. 299.999
  - 4. Rp. 300.000 - Rp. 399.000
  - 5. Rp. 400.000 - Rp. 499.000



- 6. Rp. 500.000 - Rp. 599.999
- 7. Rp. 600.000 - Rp. 699.999
- 8. Rp. 700.000 - Rp. 799.000
- 9. Rp. 800.000 - Rp. 899.000
- 10. Rp. 900.000 - Rp. 999.999
- 11. Rp. 1.000.000 atau lebih.

9. Jenis kendaraan bermotor yang anda miliki :

- 1. Mobil pribadi / keluarga
- 2. Mobil dinas
- 3. Sepeda motor
- 4. Lainnya, sebutkan .....

10. Apakah anda mempunyai kartu kredit ( Credit Card ) ?

- 1. Tidak
- 2. Ya, sebutkan .....

11. Selain menonton TVRI dan RCTI, apakah anda juga memperoleh informasi dari media massa di bawah ini ?  
(jawaban boleh lebih dari satu )

- 01. Menonton Televisi Parabola
- 02. Menonton TPI
- 03. Menonton SCTV
- 04. Menonton AN teve
- 05. Membaca Majalah  
Sebutkan : .....
- 06. Membaca Surat kabar  
Sebutkan : .....
- 07. Membaca Tabloid  
Sebutkan : .....
- 08. Mendengarkan Radio  
Sebutkan : .....
- 09. Menonton Video
- 10. Menonton film di bioskop

12. Di samping menonton TVRI dan RCTI, apakah anda juga mendapatkan hiburan dari media massa di bawah ini ?  
(jawaban boleh lebih dari satu )

- 01. Menonton Televisi Parabola
- 02. Menonton TPI
- 03. Menonton SCTV
- 04. Menonton AN teve
- 05. Membaca Majalah  
Sebutkan : .....
- 06. Membaca Surat kabar  
Sebutkan : .....
- 07. Membaca Tabloid  
Sebutkan : .....

08. Mendengarkan Radio  
Sebutkan : .....
09. Menonton Video
10. Menonton film di bioskop

Isilah kotak ( ) dengan tanda X, sesuai pilihan responden.

**II. Pola Penggunaan Televisi**

13. Sebulan terakhir ini, berapa hari rata-rata dalam seminggu anda menonton :

		<u>TVRI</u>	<u>RCTI</u>
a. 7 hari (setiap hari)	:	( )	( )
b. 6 hari	:	( )	( )
c. 5 hari	:	( )	( )
d. 4 hari	:	( )	( )
e. 3 hari	:	( )	( )
f. 2 hari	:	( )	( )
g. 1 hari	:	( )	( )

14. Berapa lama rata-rata anda menonton media televisi berikut ini dalam satu hari ?

- a. TVRI : ..... menit
- b. RCTI : ..... menit

15. Bagaimana cara/kebiasaan anda menyaksikan televisi ? ( )

a. Semua acara

b. Hanya program/acara yang diminati saja

16. Dari mana anda mendapatkan informasi tentang acara televisi ? ( jawaban boleh lebih dari satu )

- a. Televisi
- b. Surat kabar
- c. Tabloid
- d. Majalah
- e. Orang lain

17. Bagaimana kebiasaan anda menyaksikan mata acara di bawah ini ?

<5>      <4>      <3>      <2>      <1>

selalu   sering   jarang   kadang-kadang   tidak pernah

- Berita nasional

TVRI	( )	( )	( )	( )	( )
RCTI	( )	( )	( )	( )	( )

- Berita Internasional

TVRI	( )	( )	( )	( )	( )
RCTI	( )	( )	( )	( )	( )

	<5> selalu	<4> sering	<3> jarang	<2> kadang-kadang	<1> tidak pernah
- <u>Film Seri</u>					
TVRI	( )	( )	( )	( )	( )
RCTI	( )	( )	( )	( )	( )
- <u>Film cerita lepas</u>					
TVRI	( )	( )	( )	( )	( )
RCTI	( )	( )	( )	( )	( )
- <u>Musik Barat</u>					
TVRI	( )	( )	( )	( )	( )
RCTI	( )	( )	( )	( )	( )
- <u>Musik Indonesia</u>					
TVRI	( )	( )	( )	( )	( )
RCTI	( )	( )	( )	( )	( )
- <u>Olahraga</u>					
TVRI	( )	( )	( )	( )	( )
RCTI	( )	( )	( )	( )	( )
- <u>Program Pendidikan dan Ilmu Pengetahuan</u>					
TVRI	( )	( )	( )	( )	( )
RCTI	( )	( )	( )	( )	( )
- <u>Program Kebudayaan</u>					
TVRI	( )	( )	( )	( )	( )
RCTI	( )	( )	( )	( )	( )
- <u>Program Agama</u>					
TVRI	( )	( )	( )	( )	( )
RCTI	( )	( )	( )	( )	( )
- <u>Program anak-anak</u>					
TVRI	( )	( )	( )	( )	( )
RCTI	( )	( )	( )	( )	( )
- <u>Quiz</u>					
TVRI	( )	( )	( )	( )	( )
RCTI	( )	( )	( )	( )	( )
- <u>Dialog</u>					
TVRI	( )	( )	( )	( )	( )
RCTI	( )	( )	( )	( )	( )
- <u>Komedi</u>					
TVRI	( )	( )	( )	( )	( )
RCTI	( )	( )	( )	( )	( )

	<5>	<4>	<3>	<2>	<1>
	<u>selalu</u>	<u>sering</u>	<u>jarang</u>	<u>kadang-kadang</u>	<u>tidak pernah</u>
- <u>Drama</u>					
TVRI	( )	( )	( )	( )	( )
RCTI	( )	( )	( )	( )	( )
- <u>Iklan ( RCTI )</u>	( )	( )	( )	( )	( )

18. Dari mata-mata acara di bawah ini, tunjukkan bagaimana anda menyukainya ?

	<5>	<4>	<3>	<2>	<1>
	<u>sangat suka</u>	<u>suka</u>	<u>biasa saja</u>	<u>tidak suka</u>	<u>sangat tidak suka</u>
- <u>Berita nasional</u>					
TVRI	( )	( )	( )	( )	( )
RCTI	( )	( )	( )	( )	( )
- <u>Berita internasional</u>					
TVRI	( )	( )	( )	( )	( )
RCTI	( )	( )	( )	( )	( )
- <u>Film Seri</u>					
TVRI	( )	( )	( )	( )	( )
RCTI	( )	( )	( )	( )	( )
- <u>Film cerita lepas</u>					
TVRI	( )	( )	( )	( )	( )
RCTI	( )	( )	( )	( )	( )
- <u>Musik Barat</u>					
TVRI	( )	( )	( )	( )	( )
RCTI	( )	( )	( )	( )	( )
- <u>Musik Indonesia</u>					
TVRI	( )	( )	( )	( )	( )
RCTI	( )	( )	( )	( )	( )
- <u>Olahraga</u>					
TVRI	( )	( )	( )	( )	( )
RCTI	( )	( )	( )	( )	( )
- <u>Program Pendidikan dan Ilmu Pengetahuan</u>					
TVRI	( )	( )	( )	( )	( )
RCTI	( )	( )	( )	( )	( )
- <u>Program Kebudayaan</u>					
TVRI	( )	( )	( )	( )	( )
RCTI	( )	( )	( )	( )	( )

	<5>	<4>	<3>	<2>	<1>
	<u>sangat</u> <u>suka</u>	<u>suka</u>	<u>biasa</u> <u>saja</u>	<u>tidak</u> <u>suka</u>	<u>sangat</u> <u>tidak</u> <u>suka</u>
- <u>Program Agama</u>					
TVRI	( )	( )	( )	( )	( )
RCTI	( )	( )	( )	( )	( )
- <u>Program anak-anak</u>					
TVRI	( )	( )	( )	( )	( )
RCTI	( )	( )	( )	( )	( )
- <u>Quiz</u>					
TVRI	( )	( )	( )	( )	( )
RCTI	( )	( )	( )	( )	( )
- <u>Dialog</u>					
TVRI	( )	( )	( )	( )	( )
RCTI	( )	( )	( )	( )	( )
- <u>Komedi</u>					
TVRI	( )	( )	( )	( )	( )
RCTI	( )	( )	( )	( )	( )
- <u>Drama</u>					
TVRI	( )	( )	( )	( )	( )
RCTI	( )	( )	( )	( )	( )
- <u>Iklan ( RCTI )</u>	( )	( )	( )	( )	( )

19. Berikan penilaian anda mengenai mata acara di bawah ini :

	<5>	<4>	<3>	<2>	<1>
	<u>sangat</u> <u>baik</u>	<u>baik</u>	<u>biasa</u> <u>saja</u>	<u>tidak</u> <u>baik</u>	<u>sangat</u> <u>tidak</u> <u>baik</u>
<i>Penilaian :</i>					
- <u>Berita nasional</u>					
TVRI	( )	( )	( )	( )	( )
RCTI	( )	( )	( )	( )	( )
- <u>Berita internasional</u>					
TVRI	( )	( )	( )	( )	( )
RCTI	( )	( )	( )	( )	( )
- <u>Film Seri</u>					
TVRI	( )	( )	( )	( )	( )
RCTI	( )	( )	( )	( )	( )
- <u>Film cerita lepas</u>					
TVRI	( )	( )	( )	( )	( )
RCTI	( )	( )	( )	( )	( )

	<5>	<4>	<3>	<2>	<1>
<i>Penilaian :</i>	<u>sangat baik</u>	<u>baik</u>	<u>biasa saia</u>	<u>tidak baik</u>	<u>sangat tidak baik</u>
- <u>Musik Barat</u>					
TVRI	( )	( )	( )	( )	( )
RCTI	( )	( )	( )	( )	( )
- <u>Musik Indonesia</u>					
TVRI	( )	( )	( )	( )	( )
RCTI	( )	( )	( )	( )	( )
- <u>Olahraga</u>					
TVRI	( )	( )	( )	( )	( )
RCTI	( )	( )	( )	( )	( )
- <u>Program Pendidikan dan Ilmu Pengetahuan</u>					
TVRI	( )	( )	( )	( )	( )
RCTI	( )	( )	( )	( )	( )
- <u>Program Kebudayaan</u>					
TVRI	( )	( )	( )	( )	( )
RCTI	( )	( )	( )	( )	( )
- <u>Program Agama</u>					
TVRI	( )	( )	( )	( )	( )
RCTI	( )	( )	( )	( )	( )
- <u>Program anak-anak</u>					
TVRI	( )	( )	( )	( )	( )
RCTI	( )	( )	( )	( )	( )
- <u>Quiz</u>					
TVRI	( )	( )	( )	( )	( )
RCTI	( )	( )	( )	( )	( )
- <u>Dialog</u>					
TVRI	( )	( )	( )	( )	( )
RCTI	( )	( )	( )	( )	( )
- <u>Komedi</u>					
TVRI	( )	( )	( )	( )	( )
RCTI	( )	( )	( )	( )	( )
- <u>Drama</u>					
TVRI	( )	( )	( )	( )	( )
RCTI	( )	( )	( )	( )	( )
- <u>Iklan ( RCTI )</u>	( )	( )	( )	( )	( )

### III. Pencarian Kepuasan

Di bawah ini ada beberapa alasan pokok seseorang menonton televisi. Bagaimana tingkat kepentingan menonton televisi (TVRI dan RCTI) bagi anda, dikaitkan dengan motif / alasan menonton di bawah ini :

<5>	<4>	<3>	<2>	<1>
<u>sangat</u> <u>penting</u>	<u>penting</u>	<u>biasa saja</u>	<u>tidak</u> <u>penting</u>	<u>sangat</u> <u>tidak</u> <u>penting</u>

- *Pengawasan (surveillance) :*

Bagi anda menonton televisi untuk memperoleh :

- |  |     |     |     |     |     |
|--|-----|-----|-----|-----|-----|
| 20. Informasi yang terjadi di tanah air                    |     |     |     |     |     |
| TVRI   | ( ) | ( ) | ( ) | ( ) | ( ) |
| RCTI   | ( ) | ( ) | ( ) | ( ) | ( ) |
| 21. Informasi yang terjadi di dunia                        |     |     |     |     |     |
| TVRI   | ( ) | ( ) | ( ) | ( ) | ( ) |
| RCTI   | ( ) | ( ) | ( ) | ( ) | ( ) |
| 22. Informasi program-program pembangunan                  |     |     |     |     |     |
| TVRI   | ( ) | ( ) | ( ) | ( ) | ( ) |
| RCTI   | ( ) | ( ) | ( ) | ( ) | ( ) |
| 23. Informasi kegiatan pemerintah di dalam dan luar negeri |     |     |     |     |     |
| TVRI   | ( ) | ( ) | ( ) | ( ) | ( ) |
| RCTI   | ( ) | ( ) | ( ) | ( ) | ( ) |

- *Pengetahuan (knowledge) :*

Bagi anda menonton televisi untuk mengetahui :

- |                              |     |     |     |     |     |
|------------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|
| 24. Informasi politik        |     |     |     |     |     |
| TVRI                         | ( ) | ( ) | ( ) | ( ) | ( ) |
| RCTI                         | ( ) | ( ) | ( ) | ( ) | ( ) |
| 25. Informasi ekonomi        |     |     |     |     |     |
| TVRI                         | ( ) | ( ) | ( ) | ( ) | ( ) |
| RCTI                         | ( ) | ( ) | ( ) | ( ) | ( ) |
| 26. Informasi masalah sosial |     |     |     |     |     |
| TVRI                         | ( ) | ( ) | ( ) | ( ) | ( ) |
| RCTI                         | ( ) | ( ) | ( ) | ( ) | ( ) |

	<5>	<4>	<3>	<2>	<1>
	<u>sangat penting</u>	<u>penting</u>	<u>biasa saja</u>	<u>tidak penting</u>	<u>sangat tidak penting</u>
27. Informasi kebudayaan					
TVRI	( )	( )	( )	( )	( )
RCTI	( )	( )	( )	( )	( )

- *Pengalihan (diversion)* :

Bagi anda menonton televisi untuk :

28. Membantu melupakan kenyataan hidup sehari-hari					
TVRI	( )	( )	( )	( )	( )
RCTI	( )	( )	( )	( )	( )
29. Mengurangi ketegangan					
TVRI	( )	( )	( )	( )	( )
RCTI	( )	( )	( )	( )	( )
30. Mengatasi kesepian					
TVRI	( )	( )	( )	( )	( )
RCTI	( )	( )	( )	( )	( )
31. Mengisi waktu sengang					
TVRI	( )	( )	( )	( )	( )
RCTI	( )	( )	( )	( )	( )
32. Melupakan tugas rutin					
TVRI	( )	( )	( )	( )	( )
RCTI	( )	( )	( )	( )	( )
33. Mengurangi kegelisahan					
TVRI	( )	( )	( )	( )	( )
RCTI	( )	( )	( )	( )	( )

- *Kesenangan (excitement)* :

Bagi anda menonton televisi untuk :

34. Memperoleh hiburan					
TVRI	( )	( )	( )	( )	( )
RCTI	( )	( )	( )	( )	( )
35. Mencari kesenangan					
TVRI	( )	( )	( )	( )	( )
RCTI	( )	( )	( )	( )	( )
36. Santai					
TVRI	( )	( )	( )	( )	( )
RCTI	( )	( )	( )	( )	( )



	<5>	<4>	<3>	<2>	<1>
	<u>sangat penting</u>	<u>penting</u>	<u>biasa saja</u>	<u>tidak penting</u>	<u>sangat tidak penting</u>
37. Menikmati hal-hal yang imajinatif yang tidak pernah dialami					
TVRI	( )	( )	( )	( )	( )
RCTI	( )	( )	( )	( )	( )

- *Kegunaan pribadi (interpersonal utility)* :  
 Bagi anda menonton televisi untuk :

38. Berpartisipasi dalam diskusi dengan teman					
TVRI	( )	( )	( )	( )	( )
RCTI	( )	( )	( )	( )	( )
39. Bahan masukan pengambilan keputusan					
TVRI	( )	( )	( )	( )	( )
RCTI	( )	( )	( )	( )	( )
40. Menimbulkan rasa percaya diri					
TVRI	( )	( )	( )	( )	( )
RCTI	( )	( )	( )	( )	( )
41. Merasa berpartisipasi dalam peristiwa sosial					
TVRI	( )	( )	( )	( )	( )
RCTI	( )	( )	( )	( )	( )
42. Memiliki pendapat sendiri					
TVRI	( )	( )	( )	( )	( )
RCTI	( )	( )	( )	( )	( )
43. Memperkuat hubungan dengan orang lain					
TVRI	( )	( )	( )	( )	( )
RCTI	( )	( )	( )	( )	( )
44. Membagi pengalaman dengan orang lain					
TVRI	( )	( )	( )	( )	( )
RCTI	( )	( )	( )	( )	( )

#### IV. Kepuasan yang diperoleh

Setelah menonton televisi (TVRI dan RCTI), dalam benak anda tentu tersimpan sejumlah manfaat yang anda peroleh. Seberapa besar anda memperoleh kepuasan / manfaat dari TVRI dan RCTI berupa pemenuhan kebutuhan anda yang diberikan oleh masing-masing saluran televisi di bawah ini :

<5>	<4>	<3>	<2>	<1>
<u>sangat</u>				<u>sangat</u>
<u>besar</u>	<u>besar</u>	<u>sedang</u>	<u>kecil</u>	<u>kecil</u>

- *Pengawasan (surveillance) :*

45. Informasi yang terjadi di tanah air					
TVRI	( )	( )	( )	( )	( )
RCTI	( )	( )	( )	( )	( )
46. Informasi yang terjadi di dunia					
TVRI	( )	( )	( )	( )	( )
RCTI	( )	( )	( )	( )	( )
47. Informasi program-program pembangunan					
TVRI	( )	( )	( )	( )	( )
RCTI	( )	( )	( )	( )	( )
48. Informasi kegiatan pemerintahan di dalam dan luar negeri					
TVRI	( )	( )	( )	( )	( )
RCTI	( )	( )	( )	( )	( )

- *Pengetahuan (knowledge) :*

49. Informasi politik					
TVRI	( )	( )	( )	( )	( )
RCTI	( )	( )	( )	( )	( )
50. Informasi ekonomi					
TVRI	( )	( )	( )	( )	( )
RCTI	( )	( )	( )	( )	( )
51. Informasi masalah sosial					
TVRI	( )	( )	( )	( )	( )
RCTI	( )	( )	( )	( )	( )
52. Informasi kebudayaan					
TVRI	( )	( )	( )	( )	( )
RCTI	( )	( )	( )	( )	( )

	<5>	<4>	<3>	<2>	<1>
	<u>sangat</u>				<u>sangat</u>
	<u>besar</u>	<u>besar</u>	<u>sedang</u>	<u>kecil</u>	<u>kecil</u>

- *Pengalihan (diversion) :*

53. Membantu melupakan kenyataan hidup sehari-hari

TVRI	( )	( )	( )	( )	( )
RCTI	( )	( )	( )	( )	( )

54. Mengurangi ketegangan

TVRI	( )	( )	( )	( )	( )
RCTI	( )	( )	( )	( )	( )

55. Mengatasi kesepian

TVRI	( )	( )	( )	( )	( )
RCTI	( )	( )	( )	( )	( )

56. Mengisi waktu senggang

TVRI	( )	( )	( )	( )	( )
RCTI	( )	( )	( )	( )	( )

57. Melupakan tugas rutin

TVRI	( )	( )	( )	( )	( )
RCTI	( )	( )	( )	( )	( )

58. Mengurangi kegelisahan

TVRI	( )	( )	( )	( )	( )
RCTI	( )	( )	( )	( )	( )

- *Kesenangan (excitement) :*

59. Memperoleh hiburan

TVRI	( )	( )	( )	( )	( )
RCTI	( )	( )	( )	( )	( )

60. Mencari kesenangan

TVRI	( )	( )	( )	( )	( )
RCTI	( )	( )	( )	( )	( )

61. Santai

TVRI	( )	( )	( )	( )	( )
RCTI	( )	( )	( )	( )	( )

62. Menikmati hal-hal yang imajinatif yang tidak pernah dialami

TVRI	( )	( )	( )	( )	( )
RCTI	( )	( )	( )	( )	( )

<5>	<4>	<3>	<2>	<1>
<u>sangat</u>				<u>sangat</u>
<u>besar</u>	<u>besar</u>	<u>sedang</u>	<u>kecil</u>	<u>kecil</u>

- *Kegunaan pribadi*  
(*interpersonal utility*) :

63. Berpartisipasi dalam diskusi dengan teman					
TVRI	( )	( )	( )	( )	( )
RCTI	( )	( )	( )	( )	( )
64. Bahan masukan pengambilan keputusan					
TVRI	( )	( )	( )	( )	( )
RCTI	( )	( )	( )	( )	( )
65. Menimbulkan rasa percaya diri					
TVRI	( )	( )	( )	( )	( )
RCTI	( )	( )	( )	( )	( )
66. Merasa berpartisipasi dalam peristiwa sosial					
TVRI	( )	( )	( )	( )	( )
RCTI	( )	( )	( )	( )	( )
67. Memiliki pendapat sendiri					
TVRI	( )	( )	( )	( )	( )
RCTI	( )	( )	( )	( )	( )
68. Memperkuat hubungan dengan orang lain					
TVRI	( )	( )	( )	( )	( )
RCTI	( )	( )	( )	( )	( )
69. Membagi pengalaman dengan orang lain					
TVRI	( )	( )	( )	( )	( )
RCTI	( )	( )	( )	( )	( )

\*\*\*\*\*

```

set disk='c:\ws4\nov\test'.
set screen=off/more=off.
Data list file='c:\bau\tv'/
var1 4 var39 44 var40 45 var41 46 var42 47 var43 48 var44 49 var45 50 var46 51
var47 52 var48 53 var49 54 var50 55 var51 56 var52 57 var53 58 var54 59
var55 60 var56 61 var57 62 var58 63 var59 64 var60 65 var61 66 var62 67
var63 68 var64 69 var65 70 var66 71 var67 72 var68 73 var69 74 var70 75
var71 76 var72 77 var73 78 var74 79 var75 80 var76 81 var77 82 var78 83
var79 84 var80 85 var81 86 var82 87 var83 88 var84 89 var85 90 var86 91
var87 92 var88 93 var89 94 var90 95 var91 96 var92 97 var93 98 var94 99
var95 100 var96 101 var97 102 var98 103 var99 104 var100 105 var101 106
var102 107 var103 108 var104 109 var105 110 var106 111 var107 112 var108 113
var109 114 var110 115 var111 116 var112 117 var113 118 var114 119 var115 120
var116 121 var117 122 var118 123 var119 124 var120 125 var121 126 var122 127
var123 128 var124 129 var125 130 var126 131 var127 132 var128 133 var129 134
var130 135 var131 136 var132 137 var133 138 var134 139 var135 140 var136 141
var137 142 var138 143 var139 144 var140 145 var141 146 var142 147 var143 148
var144 149 var145 150 var146 151 var147 152 var148 153 var149 154 var150 155
var151 156 var152 157 var153 158 var154 159 var155 160 var156 161 var157 162
var158 163 var159 164 var160 165 var161 166 var162 167 var163 168 var164 169
var165 170 var166 171 var167 172 var168 173 var169 174 var170 175 var171 176
var172 177 var173 178 var174 179 var175 180 var176 181 var177 182 var178 183
var179 184 var180 185 var181 186 var182 187 var183 188 var184 189 var185 190
var186 191 var187 192 var188 193 var189 184 var190 195 var191 196 var192 197
var193 198 var194 199 var195 200 var196 201 var197 202 var198 203 var199 204
var200 205 var201 206 var202 207 var203 208 var204 209 var205 210 var206 211
var207 212 var208 213 var209 214 var210 215 var211 216 var212 217 var213 218
var214 219 var215 220 var216 221 var217 222 var218 223 var219 224 var220 225
var221 226 var222 227 var223 228 var224 229 var225 230 var226 231 var227 232
var228 233 var229 234 var230 235 var231 236.

```

```

Variable labels var1 'Jenis Kelamin'
var39 'kebiasaan nonton TVRI berita nasional'
var40 'kebiasaan nonton RCTI berita nasional'
var41 'kebiasaan nonton TVRI berita Internasional'
var42 'kebiasaan nonton RCTI berita internasional'
var43 'kebiasaan nonton TVRI film seri'
var44 'kebiasaan nonton RCTI film seri'
var45 'kebiasaan nonton TVRI cerita lepas'
var46 'kebiasaan nonton RCTI cerita lepas'
var47 'kebiasaan nonton TVRI musik barat'
var48 'kebiasaan nonton RCTI musik barat'
var49 'kebiasaan nonton TVRI musik Indonesia'
var50 'kebiasaan nonton RCTI musik Indonesia'
var51 'kebiasaan nonton TVRI Olah raga'
var52 'kebiasaan nonton RCTI olah raga'
var53 'kebiasaan nonton TVRI pendidikan ilmu pengetahuan'
var54 'kebiasaan nonton RCTI pendidikan ilmu pengetahuan'
var55 'kebiasaan nonton TVRI program kebudayaan'
var56 'kebiasaan nonton RCTI program kebudayaan'
var57 'kebiasaan nonton TVRI program agama'
var58 'kebiasaan nonton RCTI program agama'
var59 'kebiasaan nonton TVRI program anak-anak'
var60 'kebiasaan nonton RCTI program anak-anak'

```

var61 'kebiasaan nonton TVRI Quiz'  
 var62 'kebiasaan nonton RCTI Quiz'  
 var63 'kebiasaan nonton TVRI Dialog'  
 var64 'kebiasaan nonton RCTI dialog'  
 var65 'kebiasaan nonton TVRI komedi'  
 var66 'kebiasaan nonton RCTI komedi'  
 var67 'kebiasaan nonton TVRI drama'  
 var68 'kebiasaan nonton RCTI drama'  
 var69 'kebiasaan nonton RCTI iklan'  
 var70 'pendapat kadar kesukaan TVRI berita nasional'  
 var71 'pendapat kadar kesukaan RCTI berita nasional'  
 var72 'pendapat kadar kesukaan TVRI berita Internasional'  
 var73 'pendapat kadar kesukaan RCTI berita internasional'  
 var74 'pendapat kadar kesukaan TVRI film seri'  
 var75 'pendapat kadar kesukaan RCTI film seri'  
 var76 'pendapat kadar kesukaan TVRI cerita lepas'  
 var77 'pendapat kadar kesukaan RCTI cerita lepas'  
 var78 'pendapat kadar kesukaan TVRI musik barat'  
 var79 'pendapat kadar kesukaan RCTI musik barat'  
 var80 'pendapat kadar kesukaan TVRI musik Indonesia'  
 var81 'pendapat kadar kesukaan RCTI musik Indonesia'  
 var82 'pendapat kadar kesukaan TVRI Olah raga'  
 var83 'pendapat kadar kesukaan RCTI olah raga'  
 var84 'pendapat kadar kesukaan TVRI pend.ilmu pengetahuan'  
 var85 'pendapat kadar kesukaan RCTI pend.ilmu pengetahuan'  
 var86 'pendapat kadar kesukaan TVRI program kebudayaan'  
 var87 'pendapat kadar kesukaan RCTI program kebudayaan'  
 var88 'pendapat kadar kesukaan TVRI program agama'  
 var89 'pendapat kadar kesukaan RCTI program agama'  
 var90 'pendapat kadar kesukaan TVRI program anak-anak'  
 var91 'pendapat kadar kesukaan RCTI program anak-anak'  
 var92 'pendapat kadar kesukaan TVRI Quiz'  
 var93 'pendapat kadar kesukaan RCTI Quiz'  
 var94 'pendapat kadar kesukaan TVRI Dialog'  
 var95 'pendapat kadar kesukaan RCTI dialog'  
 var96 'pendapat kadar kesukaan TVRI komedi'  
 var97 'pendapat kadar kesukaan RCTI komedi'  
 var98 'pendapat kadar kesukaan TVRI drama'  
 var99 'pendapat kadar kesukaan RCTI drama'  
 var100 'pendapat kadar kesukaan RCTI iklan'  
 var101 'penilaian prog. acara TVRI berita nasional'  
 var102 'penilaian prog. acara RCTI berita nasional'  
 var103 'penilaian prog. acara TVRI berita Internasional'  
 var104 'penilaian prog. acara RCTI berita internasional'  
 var105 'penilaian prog. acara TVRI film seri'  
 var106 'penilaian prog. acara RCTI film seri'  
 var107 'penilaian prog. acara TVRI cerita lepas'  
 var108 'penilaian prog. acara RCTI cerita lepas'  
 var109 'penilaian prog. acara TVRI musik barat'  
 var110 'penilaian prog. acara RCTI musik barat'  
 var111 'penilaian prog. acara TVRI musik Indonesia'  
 var112 'penilaian prog. acara RCTI musik Indonesia'  
 var113 'penilaian prog. acara TVRI Olah raga'  
 var114 'penilaian prog. acara RCTI olah raga'  
 var115 'penilaian prog. acara TVRI pend. ilmu pengetahuan'

var116 'penilaian prog. acara RCTI pend. ilmu pengetahuan'  
 var117 'penilaian prog. acara TVRI prog. kebudayaan'  
 var118 'penilaian prog. acara RCTI prog. kebudayaan'  
 var119 'penilaian prog. acara TVRI prog. agama'  
 var120 'penilaian prog. acara RCTI prog. agama'  
 var121 'penilaian prog. acara TVRI prog. anak-anak'  
 var122 'penilaian prog. acara RCTI prog. anak-anak'  
 var123 'penilaian prog. acara TVRI Quiz'  
 var124 'penilaian prog. acara RCTI Quiz'  
 var125 'penilaian prog. acara TVRI Dialog'  
 var126 'penilaian prog. acara RCTI dialog'  
 var127 'penilaian prog. acara TVRI komedi'  
 var128 'penilaian prog. acara RCTI komedi'  
 var129 'penilaian prog. acara TVRI drama'  
 var130 'penilaian prog. acara RCTI drama'  
 var131 'penilaian prog. acara RCTI iklan'  
 var132 'pengawasan infor. tanah air TVRI'  
 var133 'pengawasan infor. tanah air RCTI'  
 var134 'pengawasan infor. di dunia TVRI'  
 var135 'pengawasan infor. di dunia RCTI'  
 var136 'pengawasan infor. program pembangunan TVRI'  
 var137 'pengawasan infor. program pembangunan RCTI'  
 var138 'pengawasan infor. keg. pem. dlm & luar negeri TVRI'  
 var139 'pengawasan infor. keg. pem. dlm & luar negeri RCTI'  
 var140 'pengetahuan infor. politik TVRI'  
 var141 'pengetahuan infor. politik RCTI'  
 var142 'pengetahuan infor. ekonomi TVRI'  
 var143 'pengetahuan infor. ekonomi RCTI'  
 var144 'pengetahuan infor. sosial TVRI'  
 var145 'pengetahuan infor. sosial RCTI'  
 var146 'pengetahuan infor. budaya TVRI'  
 var147 'pengetahuan infor. budaya RCTI'  
 var148 'pengalihan dari keg. sehari-hari TVRI'  
 var149 'pengalihan dari keg. sehari-hari RCTI'  
 var150 'mengurangi ketegangan TVRI'  
 var151 'mengurangi ketegangan RCTI'  
 var152 'mengatasi kesepian TVRI'  
 var153 'mengatasi kesepian RCTI'  
 var154 'mengisi waktu senggang TVRI'  
 var155 'mengisi waktu senggang RCTI'  
 var156 'melupakan tugas rutin TVRI'  
 var157 'melupakan tugas rutin RCTI'  
 var158 'mengurangi kegelisahan TVRI'  
 var159 'mengurangi kegelisahan RCTI'  
 var160 'kesenangan memperoleh hiburan TVRI'  
 var161 'kesenangan memperoleh hiburan RCTI'  
 var162 'kesenangan mencari kesenangan TVRI'  
 var163 'kesenangan mencari kesenangan RCTI'  
 var164 'kesenangan santai TVRI'  
 var165 'kesenangan santai RCTI'  
 var166 'menikmati hal-hal imajinatif TVRI'  
 var167 'menikmati hal-hal imajinatif RCTI'  
 var168 'pribadi diskusi dgn teman TVRI'  
 var169 'pribadi diskusi dgn teman RCTI'  
 var170 'bahan masukan TVRI'

var171 'bahan masukan RCTI'  
var172 'percaya diri TVRI'  
var173 'percaya diri RCTI'  
var174 'rasa partisipasi sosial TVRI'  
var175 'rasa partisipasi sosial RCTI'  
var176 'memiliki pendapat TVRI'  
var177 'memiliki pendapat RCTI'  
var178 'memperkuat hubungan sosial TVRI'  
var179 'memperkuat hubungan sosial RCTI'  
var180 'membagi pengalaman TVRI'  
var181 'membagi pengalaman RCTI'  
var182 'pengawasan infor.tanah air TVRI'  
var183 'pengawasan infor.tanah air RCTI'  
var184 'pengawasan infor. di dunia TVRI'  
var185 'pengawasan infor. di dunia RCTI'  
var186 'pengawasan infor. program pembangunan TVRI'  
var187 'pengawasan infor. program pembangunan RCTI'  
var188 'pengawasan infor. keg. pem. dlm & luar negeri TVRI'  
var189 'pengawasan infor. keg. pem. dlm & luar negeri RCTI'  
var190 'pengetahuan infor. politik TVRI'  
var191 'pengetahuan infor. politik RCTI'  
var192 'pengetahuan infor. ekonomi TVRI'  
var193 'pengetahuan infor. ekonomi RCTI'  
var194 'pengetahuan infor. sosial TVRI'  
var195 'pengetahuan infor. sosial RCTI'  
var196 'pengetahuan infor. budaya TVRI'  
var197 'pengetahuan infor. budaya RCTI'  
var198 'pengalihan dari keg. sehari-hari TVRI'  
var199 'pengalihan dari keg. sehari-hari RCTI'  
var200 'mengurangi ketegangan TVRI'  
var201 'mengurangi ketegangan RCTI'  
var202 'mengatasi kesepian TVRI'  
var203 'mengatasi kesepian RCTI'  
var204 'mengisi waktu senggang TVRI'  
var205 'mengisi waktu senggang RCTI'  
var206 'melupakan tugas rutin TVRI'  
var207 'melupakan tugas rutin RCTI'  
var208 'mengurangi kegelisahan TVRI'  
var209 'mengurangi kegelisahan RCTI'  
var210 'kesenangan memperoleh hiburan TVRI'  
var211 'kesenangan memperoleh hiburan RCTI'  
var212 'kesenangan mencari kesenangan TVRI'  
var213 'kesenangan mencari kesenangan RCTI'  
var214 'kesenangan santai TVRI'  
var215 'kesenangan santai RCTI'  
var216 'menikmati hal-hal imajinatif TVRI'  
var217 'menikmati hal-hal imajinatif RCTI'  
var218 'pribadi diskusi dgn teman TVRI'  
var219 'pribadi diskusi dgn teman RCTI'  
var220 'bahan masukan TVRI'  
var221 'bahan masukan RCTI'  
var222 'percaya diri TVRI'  
var223 'percaya diri RCTI'  
var224 'rasa partisipasi sosial TVRI'  
var225 'rasa partisipasi sosial RCTI'



var226 'memiliki pendapat TVRI'  
var227 'memiliki pendapat RCTI'  
var228 'memperkuat hubungan sosial TVRI'  
var229 'memperkuat hubungan sosial RCTI'  
var230 'membagi pengalaman TVRI'  
var231 'membagi pengalaman RCTI'.

Value label var1 1 'Laki' 2 'Perempuan' /

var39 to var69 1 'td pernah' 2 'kadang' 3 'jarang'  
4 'sering' 5 'selalu' /

var70 to var100 1 'sangat td suka' 2 'td suka' 3 'biasa sj'  
4 'suka' 5 'sangat suka' /

var101 to var131 1 'sangat td baik' 2 'td baik' 3 'biasa sj'  
4 'baik' 5 'sangat baik' /

var132 to var181 1 'sgt td ptg' 2 'td pentg' 3 'biasa sj'  
4 'penting' 5 'sgt pentg' /

var182 to var231 1 'sgt kecil' 2 'kecil' 3 'sedang' 4 'besar'  
5 'sgt besar' /.

T-TEST /GROUPS var1 (1,2) /VARIABLES=var132 var133 var134 var135 var136  
var137 var138 var139 var140 var141 var142 var143 var144 var145 var146 var147  
var150 var151 var152 var153 var154 var155 var156 var157 var160 var162 var163  
var164 var165 var166 var167 var168 var169 var170 var171 var172 var173 var180  
var181 var182 var183 var184 var185 var186 var187 var188 var189 var190 var191  
var196 var211 var212 var213 var214 var215 var216 var217  
var218 var219 var220 var221 var222 var223 var230 var231.



Independent samples of VAR1 Jenis Kelamin

Group 1: VAR1 EQ 1 Group 2: VAR1 EQ 2

t-test for: VAR182 pengawasan infor.tanah air TVRI

	Number of Cases	Mean	Standard Deviation	Standard Error
Group 1	79	3.5570	1.022	.115
Group 2	138	3.4203	1.031	.088

		Pooled Variance Estimate			Separate Variance Estimate		
F Value	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.
1.02	.946	.94	215	.347	.94	163.70	.346

t-test for: VAR183 pengawasan infor.tanah air RCTI

	Number of Cases	Mean	Standard Deviation	Standard Error
Group 1	79	4.2152	.592	.067
Group 2	138	4.1449	.623	.053

		Pooled Variance Estimate			Separate Variance Estimate		
F Value	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.
1.11	.632	.81	215	.416	.83	169.36	.410

Independent samples of VAR1 Jenis Kelamin

Group 1: VAR1 EQ 1 Group 2: VAR1 EQ 2

t-test for: VAR184 pengawasan infor. di dunia TVRI

	Number of Cases	Mean	Standard Deviation	Standard Error
Group 1	79	4.2405	.851	.096
Group 2	138	4.1014	.938	.080

		Pooled Variance Estimate			Separate Variance Estimate		
F Value	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.
1.22	.344	1.09	215	.279	1.12	175.90	.266

t-test for: VAR185 pengawasan infor. di dunia RCTI

	Number of Cases	Mean	Standard Deviation	Standard Error
Group 1	79	4.2152	.762	.086
Group 2	138	4.1449	.750	.064

		Pooled Variance Estimate			Separate Variance Estimate		
F Value	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.
1.03	.857	.66	215	.510	.66	160.37	.512

Independent samples of VAR1 Jenis Kelamin

Group 1: VAR1 EQ 1 Group 2: VAR1 EQ 2

t-test for: VAR186 pengawasan infor. program pembangunan TV

	Number of Cases	Mean	Standard Deviation	Standard Error
Group 1	79	4.0886	.286	.032
Group 2	138	4.0942	.293	.025

		Pooled Variance Estimate			Separate Variance Estimate		
F Value	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.
1.05	.820	-.14	215	.892	-.14	165.89	.891

t-test for: VAR187 pengawasan infor. program pembangunan RC

	Number of Cases	Mean	Standard Deviation	Standard Error
Group 1	79	4.0000	.000	.000
Group 2	138	4.0000	.000	.000

Independent samples of VAR1 Jenis Kelamin

Group 1: VAR1 EQ 1 Group 2: VAR1 EQ 2

t-test for: VAR188 pengawasan infor. keg. pem. dlm & luar n

	Number of Cases	Mean	Standard Deviation	Standard Error
Group 1	79	4.0506	.618	.070
Group 2	138	3.9493	.654	.056

		Pooled Variance Estimate			Separate Variance Estimate		
F Value	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.
1.12	.586	1.12	215	.264	1.14	170.27	.257

t-test for: VAR189 pengawasan infor. keg. pem. dlm & luar n

	Number of Cases	Mean	Standard Deviation	Standard Error
Group 1	79	3.7342	.763	.086
Group 2	138	3.7174	.774	.066

		Pooled Variance Estimate			Separate Variance Estimate		
F Value	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.
1.03	.907	.15	215	.877	.16	164.38	.877

Independent samples of VAR1 Jenis Kelamin

Group 1: VAR1 EQ 1 Group 2: VAR1 EQ 2

t-test for: VAR190 pengetahuan infor. politik TVRI

	Number of Cases	Mean	Standard Deviation	Standard Error
Group 1	79	3.5190	.658	.074
Group 2	138	3.4275	.714	.061

		Pooled Variance Estimate			Separate Variance Estimate		
F Value	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.
1.18	.429	.93	215	.351	.96	173.70	.341

t-test for: VAR191 pengetahuan infor. politik RCTI

	Number of Cases	Mean	Standard Deviation	Standard Error
Group 1	79	3.4304	.654	.074
Group 2	138	3.3333	.698	.059

		Pooled Variance Estimate			Separate Variance Estimate		
F Value	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.
1.14	.536	1.01	215	.314	1.03	171.30	.306

Independent samples of VAR1 Jenis Kelamin

Group 1: VAR1 EQ 1 Group 2: VAR1 EQ 2

t-test for: VAR192 pengetahuan infor. ekonomi TVRI

	Number of Cases	Mean	Standard Deviation	Standard Error
Group 1	79	4.1266	.686	.077
Group 2	138	4.0870	.730	.062

		Pooled Variance Estimate			Separate Variance Estimate		
F Value	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.
1.13	.556	.39	215	.695	.40	170.90	.690

t-test for: VAR193 pengetahuan infor. ekonomi RCTI

	Number of Cases	Mean	Standard Deviation	Standard Error
Group 1	79	4.0380	.869	.098
Group 2	138	3.9928	.908	.077

		Pooled Variance Estimate			Separate Variance Estimate		
F Value	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.
1.09	.675	.36	215	.720	.36	168.54	.717

Independent samples of VAR1 Jenis Kelamin

Group 1: VAR1 EQ 1 Group 2: VAR1 EQ 2

t-test for: VAR194 pengetahuan infor. sosial TVRI

	Number of Cases	Mean	Standard Deviation	Standard Error
Group 1	79	3.9241	.931	.105
Group 2	138	3.9058	.951	.081

		Pooled Variance Estimate			Separate Variance Estimate		
F Value	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.
1.04	.848	.14	215	.891	.14	165.40	.890

t-test for: VAR195 pengetahuan infor. sosial RCTI

	Number of Cases	Mean	Standard Deviation	Standard Error
Group 1	79	3.9241	.931	.105
Group 2	138	3.9058	.951	.081

		Pooled Variance Estimate			Separate Variance Estimate		
F Value	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.
1.04	.848	.14	215	.891	.14	165.40	.890

Independent samples of VAR1 Jenis Kelamin

Group 1: VAR1 EQ 1 Group 2: VAR1 EQ 2

t-test for: VAR196 pengetahuan infor. budaya TVRI

	Number of Cases	Mean	Standard Deviation	Standard Error
--	-----------------	------	--------------------	----------------

Group 1	79	3.8608	.957	.108
Group 2	138	3.7826	.994	.085

		Pooled Variance Estimate			Separate Variance Estimate		
F Value	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.
1.08	.719	.56	215	.573	.57	167.71	.569

t-test for: VAR197 pengetahuan infor. budaya RCTI

	Number of Cases	Mean	Standard Deviation	Standard Error
Group 1	79	3.8608	.957	.108
Group 2	138	3.7826	.994	.085

		Pooled Variance Estimate			Separate Variance Estimate		
F Value	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.
1.08	.719	.56	215	.573	.57	167.71	.569

Independent samples of VAR1 Jenis Kelamin

Group 1: VAR1 EQ 1 Group 2: VAR1 EQ 2

t-test for: VAR198 pengalihan dari keg. sehari-hari TVRI

	Number of Cases	Mean	Standard Deviation	Standard Error
Group 1	79	3.7342	.996	.112
Group 2	138	3.7174	1.011	.086

		Pooled Variance Estimate			Separate Variance Estimate		
F Value	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.
1.03	.900	.12	215	.906	.12	164.50	.906

t-test for: VAR199 pengalihan dari keg. sehari-hari RCTI

	Number of Cases	Mean	Standard Deviation	Standard Error
Group 1	79	3.9873	.792	.089
Group 2	138	4.0145	.783	.067

		Pooled Variance Estimate			Separate Variance Estimate		
F Value	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.
1.02	.889	-.24	215	.807	-.24	160.91	.808

Independent samples of VAR1 Jenis Kelamin

Group 1: VAR1 EQ 1 Group 2: VAR1 EQ 2

t-test for: VAR200 mengurangi ketegangan TVRI

	Number of Cases	Mean	Standard Deviation	Standard Error
Group 1	79	4.2405	.720	.081
Group 2	138	4.1739	.791	.067

		Pooled Variance Estimate			Separate Variance Estimate		
F Value	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.
1.21	.360	.62	215	.539	.63	175.45	.528

t-test for: VAR201 mengurangi ketegangan RCTI

	Number of Cases	Mean	Standard Deviation	Standard Error
Group 1	79	4.3165	.631	.071
Group 2	138	4.2826	.683	.058

		Pooled Variance Estimate			Separate Variance Estimate		
F Value	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.
1.17	.445	.36	215	.719	.37	173.33	.713

Independent samples of VAR1 Jenis Kelamin

Group 1: VAR1 EQ 1 Group 2: VAR1 EQ 2

t-test for: VAR202 mengatasi kesepian TVRI

	Number of Cases	Mean	Standard Deviation	Standard Error
Group 1	79	4.0253	.768	.086
Group 2	138	3.9855	.801	.068



		Pooled Variance Estimate			Separate Variance Estimate		
F Value	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.
1.09	.683	.36	215	.721	.36	168.39	.718

t-test for: VAR203 mengatasi kesepian RCTI

	Number of Cases	Mean	Standard Deviation	Standard Error
Group 1	79	4.1013	.709	.080
Group 2	138	4.0942	.724	.062

		Pooled Variance Estimate			Separate Variance Estimate		
F Value	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.
1.04	.850	.07	215	.945	.07	165.37	.944

Independent samples of VAR1 Jenis Kelamin

Group 1: VAR1 EQ 1 Group 2: VAR1 EQ 2

t-test for: VAR204 mengisi waktu senggang TVRI

	Number of Cases	Mean	Standard Deviation	Standard Error
Group 1	79	4.2405	.720	.081
Group 2	138	4.1739	.791	.067

		Pooled Variance Estimate			Separate Variance Estimate		
F Value	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.
1.21	.360	.62	215	.538	.63	175.45	.528

t-test for: VAR205 mengisi waktu senggang RCTI

	Number of Cases	Mean	Standard Deviation	Standard Error
Group 1	79	4.3165	.631	.071
Group 2	138	4.2826	.683	.058

		Pooled Variance Estimate			Separate Variance Estimate		
F Value	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.
1.17	.445	.36	215	.719	.37	173.33	.713

Independent samples of VAR1 Jenis Kelamin

Group 1: VAR1 EQ 1 Group 2: VAR1 EQ 2

t-test for: VAR206 melupakan tugas rutin TVRI

	Number of Cases	Mean	Standard Deviation	Standard Error
Group 1	79	3.8987	1.069	.120
Group 2	138	3.9203	1.040	.089

		Pooled Variance Estimate			Separate Variance Estimate		
F Value	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.
1.06	.766	-.15	215	.885	-.14	158.80	.885

t-test for: VAR207 melupakan tugas rutin RCTI

	Number of Cases	Mean	Standard Deviation	Standard Error
Group 1	79	3.9747	1.037	.117
Group 2	138	4.0290	.989	.084

		Pooled Variance Estimate			Separate Variance Estimate		
F Value	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.
1.10	.617	-.38	215	.703	-.38	156.14	.706

Independent samples of VAR1 Jenis Kelamin

Group 1: VAR1 EQ 1 Group 2: VAR1 EQ 2

t-test for: VAR208 mengurangi kegelisahan TVRI

	Number of Cases	Mean	Standard Deviation	Standard Error
Group 1	79	3.8962	.463	.052
Group 2	138	3.7246	.448	.038

		Pooled Variance Estimate			Separate Variance Estimate		
F Value	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.
1.07	.737	-.44	215	.657	-.44	158.29	.660

t-test for: VAR209 mengurangi kegelisahan RCTI

	Number of Cases	Mean	Standard Deviation	Standard Error
Group 1	79	3.7722	.422	.047
Group 2	138	3.8333	.374	.032

		Pooled Variance Estimate			Separate Variance Estimate		
F Value	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.
1.27	.217	-1.11	215	.270	-1.07	146.97	.286

Independent samples of VAR1 Jenis Kelamin

Group 1: VAR1 EQ 1 Group 2: VAR1 EQ 2

t-test for: VAR210 kesenangan memperoleh hiburan TVRI

	Number of Cases	Mean	Standard Deviation	Standard Error
Group 1	79	4.1392	.525	.059
Group 2	138	4.0725	.535	.046

		Pooled Variance Estimate			Separate Variance Estimate		
F Value	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.
1.04	.854	.89	215	.374	.90	165.29	.372

t-test for: VAR211 kesenangan memperoleh hiburan RCTI

	Number of Cases	Mean	Standard Deviation	Standard Error
Group 1	79	4.4051	.651	.073
Group 2	138	4.4130	.659	.056

		Pooled Variance Estimate			Separate Variance Estimate		
F	2-Tail	t	Degrees of Freedom	2-Tail	t	Degrees of Freedom	2-Tail

Value	Prob.	Value	Freedom	Prob.	Value	Freedom	Prob.
1.02	.918	-.09	215	.931	-.09	164.18	.931

Independent samples of VAR1 Jenis Kelamin

Group 1: VAR1 EQ 1 Group 2: VAR1 EQ 2

t-test for: VAR212 kesenangan mencari kesenangan TVRI

	Number of Cases	Mean	Standard Deviation	Standard Error
Group 1	79	4.3038	.774	.087
Group 2	138	4.3116	.781	.066

		Pooled Variance Estimate			Separate Variance Estimate		
F Value	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.
1.02	.940	-.07	215	.943	-.07	163.81	.943

t-test for: VAR213 kesenangan mencari kesenangan RCTI

	Number of Cases	Mean	Standard Deviation	Standard Error
Group 1	79	4.2025	.758	.085
Group 2	138	4.2319	.738	.063

		Pooled Variance Estimate			Separate Variance Estimate		
F Value	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.
1.05	.778	-.28	215	.780	-.28	159.02	.782

Independent samples of VAR1 Jenis Kelamin

Group 1: VAR1 EQ 1 Group 2: VAR1 EQ 2

t-test for: VAR214 kesenangan santai TVRI

	Number of Cases	Mean	Standard Deviation	Standard Error
Group 1	79	3.7595	.755	.085
Group 2	138	3.6377	.837	.071

		Pooled Variance Estimate			Separate Variance Estimate		
F Value	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.
1.23	.320	1.07	215	.286	1.10	176.58	.273

t-test for: VAR215 kesenangan santai RCTI

	Number of Cases	Mean	Standard Deviation	Standard Error
Group 1	79	3.9114	.788	.089
Group 2	138	3.8551	.901	.077

		Pooled Variance Estimate			Separate Variance Estimate		
F Value	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.
1.31	.195	.46	215	.643	.48	180.79	.631

Independent samples of VAR1 Jenis Kelamin

Group 1: VAR1 EQ 1 Group 2: VAR1 EQ 2

t-test for: VAR216 menikmati hal-hal imajinatif TVRI

	Number of Cases	Mean	Standard Deviation	Standard Error
Group 1	79	3.7089	.457	.051
Group 2	138	3.6884	.465	.040

		Pooled Variance Estimate			Separate Variance Estimate		
F Value	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.
1.03	.884	.31	215	.754	.32	164.78	.753

t-test for: VAR217 menikmati hal-hal imajinatif RCTI

	Number of Cases	Mean	Standard Deviation	Standard Error
Group 1	79	3.7089	.457	.051
Group 2	138	3.6884	.465	.040

		Pooled Variance Estimate			Separate Variance Estimate		
F Value	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.
1.03	.884	.31	215	.754	.32	164.78	.753

Independent samples of VAR1 Jenis Kelamin

Group 1: VAR1 EQ 1 Group 2: VAR1 EQ 2

t-test for: VAR218 pribadi diskusi dgn teman TVRI

	Number of Cases	Mean	Standard Deviation	Standard Error
Group 1	79	3.6329	.485	.055
Group 2	138	3.5797	.495	.042

		Pooled Variance Estimate			Separate Variance Estimate		
F Value	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.
1.04	.849	.77	215	.444	.77	165.98	.442

t-test for: VAR219 pribadi diskusi dgn teman RCTI

	Number of Cases	Mean	Standard Deviation	Standard Error
Group 1	79	3.8734	.516	.058
Group 2	138	3.8913	.563	.048

		Pooled Variance Estimate			Separate Variance Estimate		
F Value	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.
1.19	.399	-.23	215	.817	-.24	174.44	.812

Independent samples of VAR1 Jenis Kelamin

Group 1: VAR1 EQ 1 Group 2: VAR1 EQ 2

t-test for: VAR220 bahan masukan TVRI

	Number of Cases	Mean	Standard Deviation	Standard Error
Group 1	79	3.9114	.963	.108
Group 2	138	3.8986	.946	.081

		Pooled Variance Estimate			Separate Variance Estimate		
F Value	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.
1.04	.842	.10	215	.924	.10	160.10	.924

t-test for: VAR221 bahan masukan RCTI

	Number of Cases	Mean	Standard Deviation	Standard Error
Group 1	79	3.9747	1.012	.114
Group 2	138	4.0217	1.000	.085

		Pooled Variance Estimate			Separate Variance Estimate		
F Value	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.
1.03	.886	-.33	215	.740	-.33	160.85	.741

Independent samples of VAR1 Jenis Kelamin

Group 1: VAR1 EQ 1 Group 2: VAR1 EQ 2

t-test for: VAR222 percaya diri TVRI

	Number of Cases	Mean	Standard Deviation	Standard Error
Group 1	79	3.7089	.457	.051
Group 2	138	3.6957	.462	.039

		Pooled Variance Estimate			Separate Variance Estimate		
F Value	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.
1.02	.935	.20	215	.839	.20	163.89	.839

t-test for: VAR223 percaya diri RCTI

	Number of Cases	Mean	Standard Deviation	Standard Error
Group 1	79	3.7975	.404	.046
Group 2	138	3.7899	.409	.035

		Pooled Variance Estimate			Separate Variance Estimate		
F Value	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.
1.02	.928	.13	215	.895	.13	164.01	.894

Independent samples of VAR1 Jenis Kelamin

Group 1: VAR1 EQ 1 Group 2: VAR1 EQ 2

t-test for: VAR224 rasa partisipasi sosial TVRI

	Number of Cases	Mean	Standard Deviation	Standard Error
Group 1	79	3.5823	.691	.078
Group 2	138	3.5942	.647	.055

		Pooled Variance Estimate			Separate Variance Estimate		
F Value	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.
1.14	.497	-.13	215	.899	-.13	153.84	.901

t-test for: VAR225 rasa partisipasi sosial RCTI

	Number of Cases	Mean	Standard Deviation	Standard Error
Group 1	79	3.6709	.796	.090
Group 2	138	3.6884	.762	.065

		Pooled Variance Estimate			Separate Variance Estimate		
F Value	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.
1.09	.651	-.16	215	.873	-.16	156.76	.874

Independent samples of VAR1 Jenis Kelamin

Group 1: VAR1 EQ 1 Group 2: VAR1 EQ 2

t-test for: VAR226 memiliki pendapat TVRI

	Number of Cases	Mean	Standard Deviation	Standard Error
Group 1	79	4.0759	.549	.062
Group 2	138	4.1087	.522	.044

		Pooled Variance Estimate			Separate Variance Estimate		
F Value	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.
1.11	.600	-.44	215	.663	-.43	155.83	.668

t-test for: VAR227 memiliki pendapat RCTI

	Number of Cases	Mean	Standard Deviation	Standard Error
--	--------------------	------	-----------------------	-------------------



Group 1	79	3.7848	.613	.069
Group 2	138	3.8333	.587	.050

		Pooled Variance Estimate			Separate Variance Estimate		
F Value	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.
1.09	.645	-.58	215	.565	-.57	158.86	.570

Independent samples of VAR1 Jenis Kelamin

Group 1: VAR1 EQ 1 Group 2: VAR1 EQ 2

t-test for: VAR228 memperkuat hubungan sosial TVRI

		Number of Cases	Mean	Standard Deviation	Standard Error
Group 1	79	4.1013	.709	.080	
Group 2	138	4.1304	.692	.059	

		Pooled Variance Estimate			Separate Variance Estimate		
F Value	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.
1.05	.799	-.30	215	.767	-.29	159.38	.769

t-test for: VAR229 memperkuat hubungan sosial RCTI

		Number of Cases	Mean	Standard Deviation	Standard Error
Group 1	79	4.2785	.659	.074	
Group 2	138	4.3188	.628	.053	

		Pooled Variance Estimate			Separate Variance Estimate		
F Value	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.
1.10	.613	-.45	215	.655	-.44	156.08	.659

Independent samples of VAR1 Jenis Kelamin

Group 1: VAR1 EQ 1 Group 2: VAR1 EQ 2

t-test for: VAR230 membagi pengalaman TVRI

Number of Cases	Mean	Standard Deviation	Standard Error
-----------------	------	--------------------	----------------

Group 1	79	4.2785	.659	.074
Group 2	138	4.3188	.628	.053

		Pooled Variance Estimate			Separate Variance Estimate		
F Value	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.
1.10	.613	-.45	215	.655	-.44	156.08	.659

t-test for: VAR231 membagi pengalaman RCTI

	Number of Cases	Mean	Standard Deviation	Standard Error
Group 1	79	4.3544	.680	.077
Group 2	138	4.4275	.649	.055

		Pooled Variance Estimate			Separate Variance Estimate		
F Value	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.
1.10	.632	-.78	215	.434	-.77	156.42	.440

