

Risip Sosiologi  
2005

**MINAT MASYARAKAT PERKOTAAN TERHADAP  
TAYANGAN HIBURAN DI TELEVISI  
(Studi di Kelurahan Sekip Jaya Kota Palembang)**



**SKRIPSI**

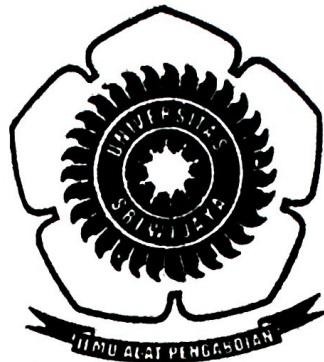
**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh  
Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)**

Oleh :

**MUHAMAD YUSUF  
07003102005**

**JURUSAN SOSIOLOGI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
2005**

**MINAT MASYARAKAT PERKOTAAN TERHADAP  
TAYANGAN HIBURAN DI TELEVISI  
(Studi di Kelurahan Sekip Jaya Kota Palembang)**



S  
306.4807  
Yus  
m  
C057854  
2005

13139  
13422

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh  
Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)**

Oleh :

**MUHAMAD YUSUF  
07003102005**

**JURUSAN SOSIOLOGI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
2005**

**MINAT MASYARAKAT PERKOTAAN TERHADAP  
TAYANGAN HIBURAN DI TELEVISI**

**Skripsi**

**Untuk Memenuhi Persyaratan  
Dalam Mencapai Derajat S<sub>1</sub> Ilmu Sosiologi**

**Diajukan oleh :**

**MUHAMAD YUSUF**

**07003102005**

**Telah Disetujui Oleh Dosen Pembimbing**

**Pada Tanggal Agustus 2005**

**PEMBIMBING I**

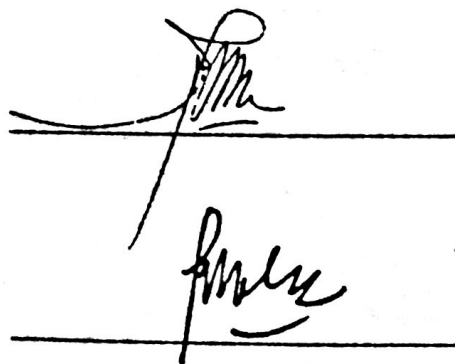
**Drs. TRI AGUS SUSANTO, MS**

**NIP 131 126 818**

**PEMBIMBING II**

**Dra. RETNA MAHRIANI, Msi**

**NIP 131 871 796**



Two handwritten signatures are present, each written over a horizontal line. The top signature is in black ink and appears to be 'T. Agus Susanto'. The bottom signature is in blue ink and appears to be 'Retna Mahriani'.

**MINAT MASYARAKAT PERKOTAAN TERHADAP  
TAYANGAN HIBURAN DI TELEVISI  
(Studi di Kelurahan Sekip Jaya Kota Palembang)**

**SKRIPSI**

**Telah dipertahankan di hadapan Dewan Penguji  
Pada tanggal 29 September 2005 dan dinyatakan telah berhasil**

**SUSUNAN DEWAN PENGUJI**

**Drs. Tri Agus Susanto, MS**

**Ketua**

**Dra. Retna Mahriani, M.Si**

**Anggota**

**Drs. Yoyok Hendarso, MA**

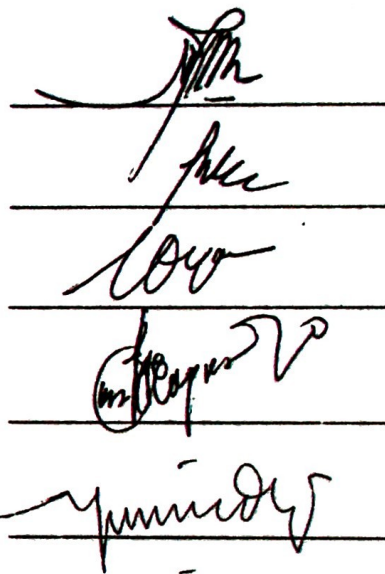
**Anggota**

**Dra. Dyah Hapsari ENH**

**Anggota**

**Yunindyawati, S.Sos, M.Si**

**Anggota**



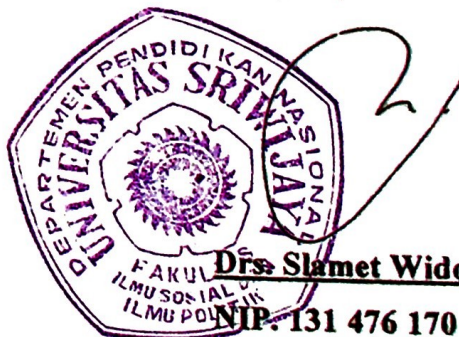
**Inderalaya, Oktober 2005**

**Jurusan sosiologi**

**Fakultas Ilmu dan Ilmu Politik**

**Universitas Sriwijaya**

**DEKAN,**



**Drs. Slamet Widodo, MS, MM**

**NIP. 131 476 170**

## **PERNYATAAN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam tugas akhir ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dalam naskah yang disebutkan dalam daftar pustaka.

Inderalaya, 20 Oktober 2005

**MUHAMAMAD YUSUF**

---

**NIM 0700 3102 005**

## MOTTO

*“...jangan menjadi domba tanpa akal. Jangan mengikuti siapa pun, jangan membuntuti siapa pun. Anda harus menyelamatkan dan membimbing diri anda sendiri. Nikmatilah hidup anda...”*

( Anand Krishna )

Kupersembahkan Skripsi ini Kepada :

1. Papa dan Mama tercinta, yang selalu mendoakanku.
2. Saudara-saudaraku yang terbaik : Kakakkku Neneng, adikku Rini dan Ferry.
3. Almamater ku FISIP UNSRI, *Thank you for all.*
4. Sahabat-sahabatku Angkatan 2000 terima kasih atas semua bantuannya.

## ABSTRAK

Penelitian ini berjudul "Minat Masyarakat Perkotaan terhadap Tayangan Hiburan di Televisi, studi di kelurahan Sekip Jaya Kota Palembang". Dalam penelitian ini permasalahan yang ingin dilihat adalah bagaimana minat masyarakat menonton tayangan hiburan di televisi dan bagaimana pengaruh karakteristik sosial ekonomi terhadap minat masyarakat dalam menonton tayangan hiburan di kelurahan Sekip Jaya kota Palembang.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui minat masyarakat menonton tayangan hiburan di televisi dan ingin mengetahui pengaruh karakteristik sosial ekonomi terhadap minat masyarakat menonton tayangan hiburan di televisi.

Penelitian ini bersifat deskriptif eksplanatif dan menggunakan metode survei dengan pendekatan kuantitatif serta menggunakan instrumen berupa kuisioner. Lokasi penelitian ini berada di kelurahan Sekip Jaya kota Palembang. Unit analisis dalam penelitian ini adalah individu yaitu warga kelurahan Sekip jaya dan populasi penelitian ini adalah seluruh warga kelurahan Sekip Jaya Kota Palembang. Penarikan sampel menggunakan metode *multi stage random sampling*. Proses analisis data dilakukan melalui empat tahapan yaitu; pengujian validitas dan reliabilitas data dengan menggunakan rumus *product moment*, pengujian normalitas data dengan menggunakan rumus *chi-square* dan pengujian hipotesis menggunakan rumus *t-test*, *chi-square* dan *koefisien kontingensy*.

Dari hasil analisis didapat realita bahwa minat masyarakat menonton tayangan hiburan adalah tinggi dan ada pengaruh tetapi kecil dan tidak signifikan antara karakteristik social ekonomi dengan minat masyarakat menonton tayangan hiburan di televisi pada warga kelurahan Sekip Jaya Kota Palembang.

**Kata kunci : Karakteristik social ekonomi dan minat masyarakat menonton tayangan hiburan.**

## KATA PENGANTAR

Sesungguhnya manusia didalam hidupnya selalu ingin memperoleh informasi. Cara memperoleh informasi tersebut semakin lama semakin cepat dan actual. Hal tersebut tidak lepas dari berkembangnya komunikasi massa, demikian pesatnya kemajuan komunikasi massa itu sehingga didalam perjalanan anda dengan kendaraan menuju pusat kota tanpa terasa anda telah menyaksikan produk komunikasi massa. Secara umum komunikasi massa itu sendiri merupakan suatu proses yang melukiskan bagaimana komunikator secara profesional menggunakan teknologi pembagian dalam menyebarluaskan pengalamannya yang melampaui jarak untuk mempengaruhi khalayak dalam jumlah yang banyak.

Media televisi adalah salah satu dari sekian banyak komunikasi massa. Media televisi kini berkembang menjadi salah satu media massa yang populer karena televisi dapat menampilkan suara dan visual sekaligus. Televisi, yang pada mulanya dipandang sebagai barang mainan atau suatu penemuan serius atau sesuatu yang memberikan sumabangan terhadap kepedulian social, kemudian berperan sebagai alat pelayanan. Pada intinya, televisi lahir dengan memanfaatkan semua media yang sudah ada sebelumnya.

Salah satu fungsi media massa adalah fungsi menghibur (hiburan), fungsi ini jelas bersifat *human interest*. Maksudnya agar pemirsa tidak merasa jenuh dengan berbagai siaran lainnya dan tayangan yang bersifat menghibur ini juga dijadikan



pilihan bagi pemirsa yang ingin melepaskan kejenuhan dan kepenatan terhadap rutinitas dan aktivitas sehari-hari. Hal tersebut sesuai dengan pendekatan *uses and gratifications* yang melihat sejauhmana media televisi (massa) memenuhi kebutuhan masyarakat.

Seperti halnya focus penelitian dalam skripsi ini yaitu minat masyarakat menonton tayangan hiburan di televisi, dimana masalah yang akan diangkat yaitu mengenai pengaruh karakteristik social ekonomi terhadap minat masyarakat menonton tayangan hiburan di televisi.

Melalui hasil skripsi ini diharapkan berguna bagi pengembangan konsep dalam ilmu sosiologi khususnya objek kajian sosiologi komunikasi yakni komunikasi massa dengan pendekatan *uses and gratifications* yang melihat sejauhmana media memenuhi kebutuhan pemirsa.

Penulis menyadari bahwa keberhasilan dalam penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itulah pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Drs.H.Slamet Widodo. MS, MM selaku Dekan FISIP
2. Bapak Drs. Tri Agus Susanto, MS selaku pembimbing I yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan kepada penulis selama menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih atas waktu yang telah diluangkan selama ini.

3. Ibu Dra. Retna Mahriani, Msi selaku pembimbing II yang telah memberikan pengarahan, bimbingan dan kemudahan dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih atas waktu yang telah diluangkan dan pengertian yang diberikan selama ini.
4. Bapak Drs. Mulyanto, MA selaku Penasihat Akademik yang telah memberikan nasehat-nasehat yang bermanfaat, bantuan dan dukungannya selama ini.
5. Bapak dan ibu Dosen penguji yang telah memberikan pertanyaan serta kritik membangun guna memperoleh hasil yang memuaskan dan seluruh Dosen di jurusan Sosiologi yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis. Terima kasih kepada seluruh staf dan karyawan, terutama yuk Ros dan Pak Ibrahim yang telah banyak membantu penulis.
6. Bapak Lurah Sekip Jaya dan ketua Rt.22,Rt.23,Rt.29,Rt.36 yang telah banyak membantu dan memberikan kemudahan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Mama dan Papa tercinta yang selalu memberikan dorongan, dukungan, bantuan moril maupun materil. Terima kasih Mama dan Papa telah memberikan nasehat, kepercayaan dan do'a yang tiada hentinya. Semoga Allah melimpahkan karunia-Nya, rahmat-Nya, dan kebahagiaan kepada kalian di dunia dan akherat nanti, Amin.

8. Saudaraku, Kakakku Neneng terima kasih atas do'a dan pengalamannya, adikku Rini dan Fery yang telah memberikan dukungan dan do'a kepada penulis.
9. Sahabat-sahabatku Ajay, Aam, Dani, Tina terima kasih telah menjadi teman baikku serta terima kasih dukungan dan bantuannya. Dan tak lupa seluruh teman-teman angkatan '00 Iis (terima kasih atas Les Statistiknya), Feby, Aby, Guntur, Wanto, Kirman, Didi, Topeq, Dedek, Engga, Sam, Pugut, Fery, Edo, Toni, Rizwan, Fira (terima kasih pinjaman bukunya), Opiek, Nitha, Lia, My@, Kiky, Henny, Ayu, Atik, Rika, Dame, Evy, Rahmi, Eska, Akbar, Tadho, Ahmen, Junkiest, Nyekti, Udin. Terima kasih sudah menjadi teman baikku, maaf atas segala kekhilafan yang pernah aku lakukan.
10. Para sahabat-sahabatku di Komplek Kiki, Kak Yan, Imam, Adi Gusar, Angga, Uli, Kak Adi, Kak Ipung, Kris terima kasih telah menjadi temanku dan tempatku bertanya, berkeluh kesah dan berdiskusi, juga kepada teman-teman di komplek yang tidak tercantum namanya terima kasih telah menerimaku sebagai teman dengan apa adanya.
11. Para responden yang telah meluangkan waktu dan tenaganya untuk membantu penulis dalam menjawab dan mengisi kuisisioner. Terima kasih atas kerjasamanya.

Semoga skripsi ini berguna bagi para penulis khususnya dan bagi pembaca pada umumnya. Selanjutnya kepada para pembaca, dengan rendah hati penulis akan menyambut dengan baik atas usul-usul perbaikan terhadap skripsi ini dan semoga Allah selalu mencurahkan rahkmat dan hidayah-Nya pada kita semua, Amin

Palembang, September2005

Penulis

**MUHAMAD YUSUF**

---

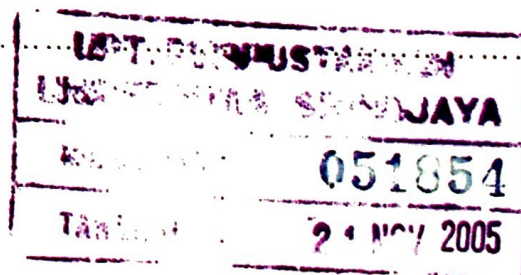
**07003102005**

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
PENGESAHAN PEMBIMBING.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
MOTTO.....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix

### BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar belakang.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	6
1.3. Perumusan Masalah.....	6
1.4. Tujuan Penelitian.....	7
1.5. Manfaat Penelitian.....	7
1.6. Kerangka Pemikiran.....	8
1.7. Hipotesis.....	18
1.8. Metode Penelitian.....	19



## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

2.1. Kajian Sosiologi Komunikasi yang Berkenaan dengan Penelitian.....	34
2.1.1. Komunikasi Massa.....	34
2.1.2. Media Massa Televisi.....	39
2.1.3. Masyarakat Perkotaan.....	45
2.2. Pandangan Sosiologi terhadap Hubungan Komunikasi Massa dengan Masyarakat.....	47
2.3. Hasil-Hasil Studi yang Berkenaan Masalah Penelitian.....	51

## **BAB III DESKRIPSI DATA**

3.1. Deskripsi Daerah Penelitian.....	59
3.1.1. Deskripsi Daerah Penelitian Kota Palembang.....	59
3.1.2. Struktur Organisasi Kelurahan Sekip Jaya.....	61
3.1.3. Lingkungan Alam dan Geografis.....	63
3.1.4. Penduduk dan Ekonomi.....	64
3.1.5. Agama dan Pendidikan.....	66
3.2. Deskripsi Data.....	68
3.2.1. Deskripsi Responden.....	68
3.3. Deskripsi Variabel Penelitian.....	72
3.3.1. Variabel Minat Masyarakat (Menonton Televisi).....	72

## **BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

4.1. Analisis.....	78
4.1.1. Pengujian Persyaratan Analisis.....	78
4.1.1.1. Validitas Instrumen.....	78
4.1.1.2. Reliabilitas Instrumen.....	80
4.1.2. Normalitas Data.....	81
4.1.3 Pengujian Hipotesis.....	85
4.1.3.1. Hipotesis Pertama.....	85
4.1.3.2. Hipotesis Kedua.....	86
4.2. Pembahasan.....	87
4.2.1. Minat Masyarakat terhadap Tayangan Hiburan di televisi di Kelurahan Sekip Jaya Palembang.....	88
4.2.2. Pengaruh Karakteristik Sosial Ekonomi terhadap Minat Masyarakat Menonton Tayangan Hiburan di Televisi .....	97

## **BAB V PENUTUP**

5.1. Kesimpulan.....	102
5.2. Saran.....	103

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 : Variabel, Dimensi, Indikator dan Item.....	24
Tabel 2 : Penyebaran Responden Penelitian.....	27
Tabel3 : Jumlah Kecamatan, Luas Wilayah, Kelurahan, Rt dan Rw di Kota Palembang.....	60
Tabel 4 : Struktur Organisasi Kelurahan Sekip Jaya.....	61
Tabel 5 : Jumlah Penduduk Kelurahan Sekip Jaya.....	64
Tabel 6 : Jumlah Penduduk menurut Usia Kelompok Pendidikan.....	65
Tabel 7 : Jumlah Penduduk Menurut Usia Kelompok Tenaga Kerja.....	65
Tabel 8 : Jenis Pekerjaan Penduduk Kelurahan Sekip Jaya.....	66
Tabel 9 : Jumlah Penduduk menurut Agama.....	66
Tabel 10: Jumlah Lembaga Pendidikan.....	67
Tabel 11: Distr. Frekuensi Responden berdasarkan Tempat Tinggal.....	68
Tabel 12: Distr. Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	69
Tabel 13: Distr. Frekuensi Responden Berdasarkan Usia/Umur.....	69
Tabel 14: Distr. Frekuensi Responden Berdasarkan Pendidikan.....	70
Tabel 15: Distr. Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	70
Tabel 16: Distr. Frekuensi Responden Berdasarkan Stasiun TV yg disukai.....	71
Tabel 17: Distr. Frekuensi Ketertarikan Responden thd Tayangan hiburan.....	72
Tabel 18: Distr. Frekuensi Minat Masyarakat thd Jenis Tayangan Hiburan.....	73
Tabel 19: Distr. Frekuensi Pemenuhan Kebutuhan Akan Tayangan Hiburan.....	73



Tabel 20: Distribusi Frekuensi Selera Responden.....	74
Tabel 21: Distribusi Frekuensi Intensitas Menonton.....	74
Tabel 22: Distribusi Frekuensi Lama Menonton Responden.....	75
Tabel 23: Distribusi Frekuensi Pola Menonton Responden .....	76
Tabel 24: Distr. Frekuensi Kemampuan Mengikuti Tayangan Hiburan.....	76
Tabel 25: Korelasi Pertanyaan Instrumen.....	79
Tabel 26: Korelasi Skor Pertanyaan Instrumen.....	80
Tabel 27: Pengujian Normalitas Data dengan Rumus Chi-Kuadrat.....	82
Tabel 28: Perhitungan Standar Baku Variabel Minat Masyarakat.....	84
Tabel 29: Tabulasi Jawaban Responden.....	I
Tabel 30: Perhitungan Korelasi Skor Pertanyaan No.1 .....	II
Tabel 31: Harga Kritik dari r Product Moment.....	III
Tabel32: Perhitungan Rerata dan Standar Deviasi Uji Normalitas Data Variabel Minat Masyarakat.....	IV
Tabel 33: Harga Kritik Chi-Kuadrat.....	V
Tabel 34: Nilai t Untuk Berbagai df.....	VI
Tabel 35: Perhitungan Uji Hipotesis Minat Masyarakat.....	VII
Tabel 36: Karakteristik Usia.....	VIII
Tabel 37: Karakteristik Pendidikan.....	IX
Tabel 38: Karakteristik Pekerjaan.....	X
Tabel 39: Karakteristik Sosial Ekonomi.....	XI

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : Model Teoritis Teori-Teori De Fleur.....	18
Gambar 2 : Hubungan Variabel Penelitian.....	21
Gambar 3 : Gambar Peta Lokasi Penelitian Kelurahan Sekip Jaya.....	XII

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. LATAR BELAKANG

Keberadaan media massa di tengah peradaban masyarakat modern memang sulit diabaikan. Tidak ada satupun masyarakat dan bangsa modern yang tidak memerlukan media massa, karena media massa itulah manusia dapat dengan mudah berinteraksi dengan manusia lainnya dan sesuai dengan perkembangan zaman maka media massa pun semakin berkembang pesat.

Media massa merupakan salah satu alat untuk berkomunikasi. Apabila terjadi perbincangan soal teknologi komunikasi tampaknya kurang lengkap tanpa membicarakan televisi. Alasannya sederhana, televisilah yang terlihat paling populer di antara berbagai teknologi komunikasi yang ada. Kepopuleran televisi memang tak Cuma menyentuh ruang psikologis kita sebagaimana terlihat pada seringnya kita membicarakan acara-acara yang sehari-hari kita tonton . Lebih dari itu, televisi benar-benar hadir secara riil dalam bentuk materialnya dalam rumah kita. Kenyataan ini misalnya, dapat dibuktikan lewat fakta bahwa hampir sebagian besar masyarakat menyimpan televisi dalam rumah-rumah mereka. Ini sekaligus menunjukkan betapa televisi telah benar-benar menjadi bagian yang tak terpisahkan dalam perjalanan hidup manusia abad ini. Maka tak heran jika Martin Esslin (1982), seorang analisis

televisi terkemuka, menyebut abad ini sebagai "*The Age of Television*" (Alatas Fahmi, 1997:22).

Pertelevision di Asia tenggara tumbuh dan dikenal sejak tiga dasawarsa terakhir, sebagai salah satu media massa yang eksistensinya dipergunakan sepenuhnya untuk kepentingan pemerintah. Pada dasawarsa terakhir, sejalan dengan perkembangan televisi sebagai industri, berkembang pula sikap yang menempatkan televisi sebagai lahan bisnis yang potensial buat meraih keuntungan. Berdasarkan perkembangan demikian, nampak dengan jelas dinamika pertumbuhan pertelevisian di Asia Tenggara bergerak dengan cepat. Hal tersebut ditandai dengan tumbuh dan berkembangnya pertelevisian swasta di Indonesia, baik dalam bentuk penyelenggaraan penyiaran yang terbatas (*tv cable* dan *local tv*) maupun yang bersifat terbuka dengan jangkauan nasional (*national tv*).

Dunia pertelevisian di Indonesia, merupakan dunia baru bagi masyarakat Indonesia. Pertelevision Indonesia hadir untuk pertama kalinya pada tahun 1962. Saat itu TVRI memulai siaran perdana, berupa siaran percobaan yang menayangkan upacara peringatan *Proklamasi Kemerdekaan RI* dari Istana Merdeka. Siaran itu berlangsung sejak pukul 07.30 sampai pukul 11.02 WIB. Pada tanggal 20 Oktober 1963, lewat setahun dari siaran pertama, kehadiran TVRI diatur melalui Kepres No. 215 tahun 1963 yang antara lain menetapkan statusnya sebagai suatu yayasan Televisi RI, disingkat TVRI. Berdasarkan Kepres tersebut, TVRI langsung dibawah Presiden. Hanya saja, pelaksanaannya tidak lagi murni karena ia lebih banyak diatur Deppen (Alatas Fahmi, 1997:50).

Pertelevisian swasta di Indonesia, relatif baru. Setelah melintasi tiga dasawarsa pengenalan terhadap televisi, dengan penyelenggaraan siaran televisi secara tunggal oleh pemerintah (TVRI), masyarakat Indonesia baru bersentuhan dengan penyelenggaraan siaran televisi swasta pada tahun 1989, dengan mengudaranya stasiun televisi swasta pertama, RCTI (Rajawali Citra Televisi Indonesia), dalam bentuk *cable TV/paid TV* (denga menggunakan decoder dan membayar uang langganan). Setahun kemudian, RCTI membuka decodernya kemudian bersiaran terbuka dan bersamaan dengan itu mengudara stasiun televisi yang lain, SCTV (Surya Citra Televisi) dari Surabaya. Setelah itu, pada tanggal 23 Januari 1991 mengudara siaran TPI (Televisi Pendidikan Indonesia) yang pengelolanya dilakukan oleh PT. Cipta Televisi Pendidikan Indonesia. Tahun 1993 mengudara stasiun televisi swasta lain, Antev, kemudian stasiun televisi swasta yang lain.

Perubahan yang terjadi dalam regulasi pemerintah di bidang penyiaran serta sikap pemerintah Indonesia untuk menentukan *open sky policy*, Telah memungkinkan tumbuh dan berkembangnya pertelevisian swasta. Kebijakan pemerintah ini menjadi penting maknanya, sebagai factor pendorong yang utama bagi tumbuh berkembangnya pertelevisian. Perkembangan pertelevisian swasta di Indonesia berdampak positif bagi keragaman minat pemirsa. Stasiun-stasiun televisi swasta harus sadar bahwa pemirsa yang menjadi penonton program-program mereka memiliki kebutuhan, dan kebutuhan itu harus berusaha dipenuhi oleh stasiun-stasiun televisi tersebut. Rating dari sebuah program yang disajikan oleh sebuah stasiun televisi swasta menjadi acuan bagi mereka untuk menilai program acara tersebut

berhasil atau tidak menjadi tayangan televisi. Minat pemirsa televisi sangat beragam ini sesuai dengan status, umur, pekerjaan dan kebudayaan.

Keragaman pemirsa tidak dibatasi hanya oleh pertimbangan geografis di mana mereka berada dan berdomisili, melainkan pada pertimbangan demografis, menyangkut kekhasan dari masyarakat, yang bersifat lebih khusus lagi. Pertumbuhan dan perkembangan ekonomi yang bertumpu pada perkembangan industri serta taraf hidup masyarakat di masing-masing negara, juga akan memperluas keragaman pemirsa televisi. Dalam kerangka meningkatkan keragaman pemirsa, sudah saatnya dikembangkan pula kualitas hubungan kerjasama antar stasiun televisi untuk melahirkan program-program acara bersama, yaitu program-program acara televisi yang dapat dinikmati dan memenuhi kebutuhan pemirsa yang lebih luas, menyangkut program-program informasi (*news programme*), program hiburan (*entertainment programme*), program kebudayaan (*cultural programme*), maupun program ekonomi dan bisnis (*business programme*).

Dalam konsep komunikasi massa Melvin De Fleur, yang mengacu kepada pengaruh komunikasi massa terhadap perbedaan-perbedaan individu masyarakat, siaran televisi secara otomatis dapat menawarkan psikodinamika yang berpengaruh kuat bagi terjadinya perubahan didalam masyarakat (Alatas Fahmi, 1997: 71), baik menyangkut perubahan normative yang berorientasi pada perubahan system sosial, budaya dan ekonomi, maupun perubahan-perubahan politik. Kita dapat lihat dan bayangkan betapa besarnya peran televisi didalam masyarakat sehingga dapat menyebabkan hal-hal yang demikian.

Masyarakat perkotaan merupakan pengguna setia dari televisi, mereka sudah menganggap televisi sebagai suatu kebutuhan yang wajib mereka penuhi. Masyarakat sangat membutuhkan informasi, hiburan, dan lainnya untuk supaya membantu mereka dalam proses sosialisasi dalam kehidupan sehari-hari, hal itu mereka dapatkan dari media massa terutama televisi. Hiburan sebagai salah satu sajian di televisi menjadi sangat penting bagi masyarakat yang membutuhkannya. Bagi masyarakat tayangan hiburan merupakan sarana untuk melepas kepenatan dari rutinitas sehari-hari. Pada masyarakat kota metropolitan seperti Palembang tersedia banyak sarana hiburan yang menjadi pilihan bagi masyarakatnya, mulai dari kafe, diskotik, taman hiburan, mal-mal dan banyak lagi yang lainnya. Sarana hiburan tersebut dipilih oleh masyarakat sesuai dengan kemampuan mereka yang dipengaruhi pekerjaan, pendidikan, usia dan kebudayaan.

Beragamnya siaran televisi tentunya menyebabkan pula beragamnya minat pemirsa televisi. Menurut Dr. Alatas Fahmi salah satu fungsi media didalam masyarakat adalah untuk hiburan. Ini berarti televisi bertujuan menyediakan hiburan, pengalih perhatian dan sarana relaksasi, serta meredakan ketegangan sosial. Jadi tayangan hiburan di televisi merupakan salah satu yang disukai oleh masyarakat. Beragamnya minat masyarakat terhadap tayangan hiburan muncul karena kebutuhan masyarakat terhadap hiburan. Pilihan mereka terhadap tayangan hiburan yang akan mereka tonton sesuai dengan selera, kebutuhan akan hiburan, ketertarikan dan penyajian. Kejenuhan karena aktivitas rutin, belajar, bekerja merupakan alasan utama masyarakat menyaksikan tayangan hiburan. Munculnya keragaman minat masyarakat

akan tayangan hiburan di televisi dikarenakan pemenuhan kebutuhan akan hiburan yang mereka ingin dapatkan.

Beragamnya minat masyarakat terhadap berbagai tayangan televisi inilah yang melatarbelakangi peneliti tertarik melakukan penelitian tentang sosok televisi, karena benda yang sering disebut kotak ajaib itu dapat memenuhi selera, kebutuhan akan hiburan, dan penelitian itu dirumuskan dalam “ Minat Masyarakat Perkotaan terhadap Tayangan hiburan di Televisi”.

## **1.2. IDENTIFIKASI MASALAH**

Secara garis besar dalam permasalahan, peneliti ingin mengetahui hubungan antara dua fenomena yang sering disebut problema korelasi. Problema korelasi yang digunakan adalah korelasi sebab akibat di mana antara keadaan pertama dengan yang kedua terdapat hubungan sebab-akibat. Dalam penelitian ini batasan masalahnya adalah :

1. Minat masyarakat terhadap tayangan hiburan pada stasiun televisi
2. Pengaruh karakteristik social ekonomi terhadap minat masyarakat dalam menentukan pilihan tayangan hiburan pada televisi

## **1.3. PERUMUSAN MASALAH**

1. Bagaimana minat masyarakat terhadap tayangan hiburan pada stasiun televisi ?
2. Bagaimana pengaruh karakteristik social ekonomi terhadap minat masyarakat dalam menentukan pilihan tayangan hiburan pada stasiun televisi ?



#### **1.4. TUJUAN PENELITIAN**

Sesuai dengan pokok permasalahan yang akan diteliti, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui minat masyarakat terhadap tayangan hiburan pada stasiun televisi
2. Untuk mengetahui pengaruh karakteristik social ekonomi terhadap minat masyarakat dalam menentukan pilihan tayangan hiburan pada stasiun televisi

#### **1.5. MANFAAT PENELITIAN**

##### **1.5.1. Manfaat Teoritis**

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai tambahan informasi dan juga untuk menambah pengetahuan dan wawasan dibidang penguasaan metodologi penelitian serta hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan pengetahuan, khususnya terkait dengan masalah penelitian ini.

##### **1.5.2. Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi suatu masukan atau bahan pertimbangan bagi stasiun televisi yang memproduksi tayangan hiburan dalam kaitannya membantu mereka memproduksi tayangan hiburan yang berkualitas dan diminati oleh masyarakat.

## 1.6. KERANGKA PEMIKIRAN

Perkembangan komunikasi massa dimulai dengan penggunaan isyarat atau tanda-tanda serta perlambangan oleh manusia dalam berhubungan dengan masa yang lalu. Sebenarnya penggunaan isyarat dan tanda maupun lambang yang mewakili suatu pesan sangat identik dengan yang dilakukan binatang. Pada abad modern, kemudian dikemukakan oleh Dalemarten (1960) bahwa penggunaan konsep tersebut melukiskan perkembangan manusia seperti yang dikemukakan oleh teori-teori Darwin.

Manusia sebenarnya mulai mengenal cara-cara yang sangat sederhana dalam berkomunikasi dengan orang lain. Manusia tidak bisa berbicara karena belum ada pengaturan system bunyi, system berbahasa yang memberikan lambang sebagai wakil konsep suatu pesan. Manusia dalam berhubungan dengan orang lainnya (terutama dalam kelompoknya) menggunakan standar isyarat atau lambang yang telah disepakati untuk kemudian dipertahankan sebagai wahan dalam berkomunikasi. Pada masa ini lebih banyak cara berkomunikasi dilakukan dengan gerakan tangan, volume suara, atau tanda-tanda lainnya yang mampu dijadikan alat mempertukarkan informasi yang berkaitan dengan keperluan mereka.

Kira-kira 300.000 tahun sampai dengan 200.000 tahun sebelum Masehi (Bittner,1986) mulai lahir kemampuan untuk berbicara dan berbahasa secara terbata-bata dalam kelompok masyarakat tertentu sebagai manusia disebut dengan *homo sapiens*. Namun demikian kemampuan berbicara satu dengan yang lainnya dalam system bahasa sebenarnya baru terjadi diantara tahun 90.000-40.000

tahun sebelum Masehi. Dalam bahasa lengkap baru mulai dipergunakan kira-kira 35.000 sebelum Masehi.

Kemudian kira-kira pada 5000 tahun sebelum Masehi manusia mulai memasuki suatu abad yang mengenal dan menggunakan media komunikasi tulisan. Menurut Tondowijoyo (1991) di kemukakan bahwa di beberapa tempat terpisah satu dengan lainnya ditemukan tulisan, misalnya di Mesir, Mesopotamia, Cina dan di daerah kediaman suku Maya di semenanjung Yucatan. Alas tempat penulisan huruf telah menggunakan batu, lempengan tanah liat, papyrus, kulit hewan maupun kulit kayu. Ada tiga hal penting pada masa ini yaitu, masa penggunaan pesan melalui gambar-gambar yang disebut : *pictographics*. Kemudian diperkenalkannya system bunyi ujaran dalam bentuk : *phonetic*, dan yang terakhir diperkenalkannya huruf-huruf *hiroglif* (yang terdapat dalam peradaban Mesir kuno)(Alo Liliweri,1991:5).

Penemuan mesin cetak pertama dikota Mainz, Jerman oleh John Gottenberg pada tahun 1455 dapat dianggap sebagai awal lahirnya komunikasi massa. Karena dengan teknologi yang satu ini manusia akhirnya dapat memperbanyak pesannya kepada khalayak luas dengan mengandalkan salah satu sifat komunikasi massa yakni perbanyak pesan melalui perbanyak media. Percetakan pertama dari Mainz itu ternyata telah memberikan inspirasi bagi masyarakat eropa yang pada giliran berikutnya mendirikan pabrik kertas, mesin-mesin pemotong kertas, maupun aplikasi teknologi lain dari mesin cetak

Perkembangan surat kabar sebagai media massa yang diperuntukan bagi masyarakat umum terjadi sejak tahun 1833 dengan lahirnya surat kabar *New York*

*Sun.* Menurut Pyne (1970) peruntukan surat kabar untuk khalayak dipertahankan sampai tahun 1982. Bagaimana pun sederhananya perkembangan permulaan media massa cetak sampai kepada modernisasi pada masa sekarang, media massa cetak tetap terlihat mengarahkan diri pada kemungkinan terciptanya asses terhadap media oleh khalayak yang terbagi dalam kelompok masyarakat elit, khalayak umum dan khalayak yang khas.

Kehadiran radio sebagai media massa elektronik nampaknya bersamaan dengan hadirnya film sekitar tahun 1888 ketika Henrich Hertz pada mulanya mentransmisikan aliran melalui gelombang-gelombang udara. Hal ini memberikan inspirasi bagi Guglielmo Marconi yang pada tahun 1901 mengirimkan pesan-pesan radio melintasi lautan atlantik, disusul penambahan tabung hampa udara pada radio oleh Lee De Forest pada tahun 1906. Pada tahun 1919 perhimpunan radio pertama didirikan, yaitu *Radio Cooperation of Amerika* (RCA) disaat mana Frank Conrad mengirimkan alunan musik melalui radio di Pittsburgh. Sampai pada tahun 1927 kehadiran radio bersifat elastis. Radio diterima sebagai media massa yang populer terjadi sejak tahun 1928 sampai dengan tahun 1950-an (Alo Liliweri,1991:15).

Perkembangan televisi sebagai media massa elektronik awalnya dimulai dengan hadirnya kamera televisi yang ditemukan oleh Vladimir Zworykin pada tahun 1923. Sampai dengan tahun 1948 kehadiran televisi dianggap diperuntukan bagi masyarakat elit. Baru ketika pada tahun 1946 televisi berwarna mulai ditunjukkan oleh CBS dan NBC dan di tahun 1948 televisi mulai menyiarkan berita dan hiburan secara teratur maka perkembangan televisi sebagai media massa memasuki tahap

populer sampai dengan tahun 1987. Perkembangan menarik yang terjadi antara tahun-tahun tersebut antara lain dikemukakan oleh Greenfield (1977) dan Wilson (1989), yaitu pada tahun 1951 penyebarluasan gambar televisi dilakukan dengan bantuan jaringan microwave sehingga mempermudah penerimaan gambar oleh khalayak yang jauh dari stasiun pembacanya.

Para ahli komunikasi biasanya menggolongkan media kedalam dua kelompok besar. Keduanya adalah media cetak seperti buku poster, surat kabar, dan majalah; dan media elektronik mulai dari film, radio dan televisi hingga media interaktif seperti telematika dan komputer komunikasi.

*Pertama* adalah media cetak McLuhan (1962) dalam karya agungnya *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*, mesin cetak memang punya andil besar dalam turut mentransformasikan peradaban pra literer ke peradaban literer. Sejarah media massa modern juga bermula dari media cetak, yaitu ketika untuk pertama kalinya ditemukan percetakan untuk mereproduksi teks yang sama atau hampir sama, dua abad sebelum masyarakat mengenal *surat kabar prototype*, yang dapat dibedakan dengan produk media cetak lain, seperti brosur, pamflet, poster, dan lain-lain. Jenis media ini sering disebut sebagai media massa gelombang I.

Ada beberapa ciri umum yang sering disebut tentang media massa gelombang I ini. Ciri-ciri tersebut antara lain arus informasi satu arah, informasi tercetak, informasi dapat langsung dibaca, informasi diatas kertas, daya rangsang rendah, biaya operasional relatif murah, cara kerja mekanis.

*Kedua* adalah media elektronik. Berbeda dengan berkembangnya media massa cetak yang dipicu oleh munculnya mesin cetak Gutenberg, perkembangan media massa elektronik tak dapat dilepaskan dari penemuan tabung hampa (*vacuum tube*) oleh Lee De Forest di Amerika Serikat tahun 1906. Tabung hampa inilah yang menjadi dasar berkembangnya media massa elektronik radio dan televisi.

Perkembangan lebih lanjut, pada decade 1980-an, berkembang media massa gelombang ketiga yang disebut sebagai media elektronika baru seperti telematika, komputer komunikasi dan sejenisnya yang mencakup beberapa system teknologi: system transmisi (melalui kabel dan satelit), system miniaturisasi, system pencarian dan penyimpanan informasi, system penyajian gambar dengan mengkombinasikan teks dan grafik secara lentur dan system pengendalian (Alatas Fahmi, 1997: 26).

Sebagai salah satu media massa elektronik, tentunya televisi juga mempunyai keunggulan dan kelemahan. Keunggulan televisi bisa dilihat baik dari sisi programatis maupun teknologis. Keunggulan programatis lebih menyangkut keunggulan televisi dalam aspek isi yang disajikan. Sedangkan keunggulan teknologis lebih mengacu pada aspek kemampuan teknologi televisi.

Ada beberapa keunggulan televisi jika dilihat dari sisi programatis. *Pertama*, menyangkut isi dan bentuk, media televisi walaupun direkayasa mampu membedakan fakta dan fiksi, realistis, dan tidak terbatas. *Kedua*, menyangkut hubungan dengan khalayaknya, media televisi mempunyai khalayak yang tetap, memerlukan keterlibatan tanpa perhatian sepenuhnya, dan intim. *Ketiga*, media televisi memiliki

tokoh berwatak (baik riil maupun yang rekayasa), sementara media lain (khususnya film) hanya memiliki bintang rekayasa.

Sedangkan dilihat dari aspek teknologis, media televisi memiliki beberapa keunggulan yaitu mampu menjangkau wilayah yang sangat luas dalam waktu bersamaan, sehingga dapat mengantarkan secara langsung suatu peristiwa di suatu tempat ke berbagai tempat lain yang berjarak sangat jauh. Selain itu televisi juga mampu menciptakan suasana yang bersamaan di berbagai wilayah jangkauannya dan mendorong khalayaknya memperoleh informasi dan melakukan interaksi secara langsung.

Di samping keunggulannya televisi juga mempunyai kelemahan. Kelemahan media televisi berkaitan langsung dengan kekuatan dan keunggulannya, baik dari segi programatis maupun teknologis. Kelemahan-kelemahan tersebut antara lain, *pertama* kecenderungan televisi untuk menempatkan khalayaknya sebagai objek yang pasif, sebagai penerima pesan. *Kedua*, media televisi juga mendorong proses alih nilai dan pengetahuan yang cepat tanpa mempertimbangkan perbedaan tingkat perkembangan budaya dan peradaban yang ada di berbagai wilayah jangkauannya. *Ketiga*, media televisi bersifat sangat terbuka dan sulit dikontrol dampak negatifnya, karena kekuatan media ini, mampu menyita waktu dan perhatian khalayaknya untuk meninggalkan aktivitasnya yang lain pada waktu yang bersamaan. *Keempat*, cepatnya perkembangan teknologi penyiaran televisi bergerak mendahului perkembangan masyarakat dan budaya khalayaknya di berbagai wilayah yang berbeda. Ini pada gilirannya yang melahirkan pro-kontra tentang implikasi cultural dari televisi seperti

isu-isu imperialisme cultural dari negara-negara asing yang dengan bebas menayangkan acara-acara yang dianggap bertentangan dengan budaya local dari suatu masyarakat.

Didalam penelitian ini melihat masyarakat sebagai khalayak yang aktif menggunakan media untuk mencapai tujuan khusus. Hal ini sesuai dengan model *Uses and Gratifications* yang menunjukkan bahwa yang menjadi permasalahan utama bukanlah bagaimana media mengubah sikap dan perilaku khalayak tetapi bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayak. Model ini menentukan fungsi komunikasi massa dalam melayani khalayak. Pendekatan *Uses and Gratifications* untuk pertama kali dijelaskan oleh Elihu Katz (1959) dalam suatu artikel sebagai reaksinya terhadap pertanyaan Bernard Berelson (1959) bahwa penelitian komunikasi tampaknya mati (prof. Onong,2000:289).

Pokok bahasan dalam pendekatan *Uses and Gratifications* adalah apa yang dilakukan khalayak dengan media. Titik perhatiannya adalah apa kegunaan isi media bagi khalayak untuk memenuhi kebutuhan, untuk memperoleh kepuasan.

Menurut Tan (1981) konsep *Uses and Gratifications* secara teoritik dapat dijelaskan sebagai berikut:

#### 1. Asumsi dasar

Pertanyaan utama dalam model penelitian ini bukan pada sejauhmana media tersebut dapat mengubah sikap dan perilaku kita, tetapi sejauhmana media tersebut dapat mempertemukan kebutuhan sosial dengan kebutuhan pribadi. Jadi tekanannya



adalah pada khalayak yang dianggap aktif, yang dengan sengaja menggunakan media massa untuk mencapai tujuan tertentu.

Walaupun proses pendekatan dalam pengukuran kebutuhan khalayak agak berbeda satu sama lain tetapi pada akhirnya studi *Uses and Gratifications* dilandasi pada kesamaan asumsi antara lain:

- a. Penggunaan media pada akhirnya untuk mencapai suatu tujuan. Media massa digunakan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang spesifik.
- b. Khalayak memilih jenis dan isi media untuk memenuhi kebutuhannya.
- c. Disamping media massa sebagai sumber informasi maka ada pula berbagai sumber lain yang dapat memuaskan kebutuhan khalayak.
- d. Khalayak mengetahui kebutuhan tersebut dan dapat memenuhinya jika dikehendaki. Mereka juga mengetahui alasan-alasannya untuk menggunakan media massa.

## 2. Kebutuhan khalayak terhadap media massa

Tan juga mengidentifikasi berbagai kebutuhan khalayak terhadap media dalam konteks lingkungan sosial di mana mereka berada. Secara umum Katz, Gurevitch keyakinan terhadap tipologi kebutuhan manusia yang berkaitan dengan media yang diklasifikasikan dalam lima kelompok yaitu:

- a. Kebutuhan kognitif

Yaitu kebutuhan-kebutuhan yang berkaitan dengan usaha-usaha untuk memperkuat informasi, pengetahuan, serta pengertian tentang lingkungan kita.

Kebutuhan ini didasarkan pada keinginan untuk mengerti dan menguasai lingkungan.

b. Kebutuhan afektif

Yaitu kebutuhan-kebutuhan yang berhubungan dengan usaha-usaha untuk memperkuat pengalaman-pengalaman yang bersifat keindahan, kesenangan dan emosional.

c. Kebutuhan integrative personal

Yaitu kebutuhan-kebutuhan yang berhubungan dengan usaha-usaha untuk memperkuat kepercayaan, kesetiaan dan status pribadi. Kebutuhan seperti ini dapat diperoleh dari adanya keinginan setiap individu untuk meningkatkan harga diri.

d. Kebutuhan integrative sosial

Yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan usaha-usaha untuk memperkuat kontak dengan keluarga, teman-teman dan dengan alam sekelilingnya.

e. Kebutuhan akan pelarian

Yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan hasrat untuk melarikan diri dari kenyataan, melepaskan ketegangan dan kebutuhan akan hiburan (Alo Liliweri, 1991:137)

### 3. Fungsi dan kegunaan media massa

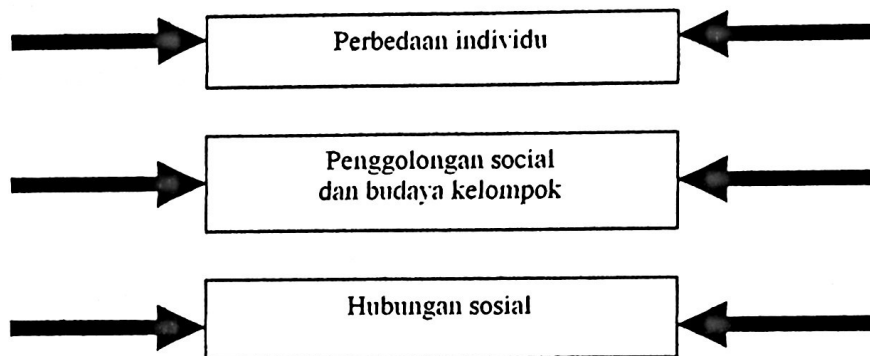
Fungsi media massa menurut Harold D. Laswell pada tahun 1948 yang kemudian diperbaiki oleh Mc Quail, Blumler dan Brown ada empat fungsi; *pertama*, media melengkapi kita dengan informasi tentang lingkungan sekitar (*surveillance*);

*kedua*, media massa melingkupi kita sebagai tempat pelarian untuk melepaskan ketegangan yang terus menerus dan dari masalah-masalah yang kita hadapi serta sebagai suatu sarana mengeluarkan perasaan (*escape/ diversion*); *ketiga*, media merupakan sarana untuk menunjukkan kepribadian, meneliti realitas dan memperkuat nilai (identitas pribadi); dan *empat*, media melingkupi kita dengan informasi untuk mengetahui dan berhubungan dengan lingkungan sosial kita atau lingkungan sosial lainnya.

Sedangkan kegunaan media massa menurut Katz, Gurevitch, dan Haas telah memperkenalkan dan mendefinisikan variabel-variabel kegunaan media massa yang dapat memberikan petunjuk bagi pemuasan suatu media. Dalam hal ini karakteristik-karakteristiknya meliputi: (1) isi-isi media, sebagai contoh berita-berita, cerita bersambung, drama kejahatan di televisi dan sebagainya; (2) sifat-sifat media massa, contoh media tercetak melawan media elektronik (siaran); (3) ciri-ciri situasi terpaan media, contoh situasi dalam rumah melawan di luar rumah, situasi seorang diri berhadapan dengan situasi orang lain secara bersama-sama (Alo Liliweri, 1991:138)

Pada penelitian ini untuk melihat perbedaan reaksi individu terhadap tayangan televisi digunakan model teoritis yang diterapkan oleh De Fleur (1989):

**Gambar teoritis teori-teori De Fleur**



**Gambar I**

De Fleur mengemukakan, *Pertama*, harus diperhitungkan perbedaan individu, karena sekalipun reaksi yang diharapkan telah terlihat, bukti reaksi itu berbeda-beda sesuai dengan perbedaan kepribadian, sikap, kecerdasan, minat dan sebagainya. De Fleur menulis, pesan media mengandung atribut rangsangan tertentu yang memiliki interaksi yang berbeda-beda dengan karakteristik kepribadian anggota audiens (1970, hal 122). *Kedua*, semakin jelas bahwa reaksi itu berbeda-beda secara sistematis sesuai dengan kategori social penerima, yang antara lain berdasarkan usia, pekerjaan, gaya hidup, jenis kelamin, agama dan sebagainya. De Fleur mengemukakan, bahwa anggota kategori tertentu sedikit banyaknya akan memilih isi komunitas yang sama dan menanggapi dengan cara yang kurang lebih sama (Mc Quail, 2003: 235).

### **1.7. HIPOTESIS**

1. Diduga minat masyarakat terhadap tayangan hiburan pada stasiun televisi adalah tinggi

2. Diduga karakteristik social ekonomi mempengaruhi minat masyarakat dalam menentukan pilihan tayangan hiburan pada stasiun televisi

## 1.8. METODE PENELITIAN

### 1.8.1. Desain Penelitian

Untuk menjawab permasalahan penelitian digunakan desain penelitian yang bersifat deskriptif eksplanatif yang dimaksudkan untuk menggambarkan dan menjelaskan hubungan satu variable dengan variable yang lain, karena itu penelitian deskriptif eksplanatif menggunakan hipotesis untuk menguji hipotesis digunakan *statistic inferensial* (Burhan Burgin, 2000 : 51). Jenis pendekatan menurut teknik samplingnya yang digunakan adalah pendekatan sample serta menurut timbulnya variable pendekatan yang digunakan adalah non-eksperimen pola penelitian korelasi dan pendekatan *one shot model*, pendekatan menurut model pengembangannya yang menggunakan satu kali pengumpulan data "suatu saat". Berdasarkan tempatnya penelitian ini termasuk kedalam jenis penelitian lapangan dan berdasarkan variabelnya, jenis penelitian ini merupakan penelitian bervariasi ganda.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *survey* yaitu penelitian yang mengambil sample dari satu populasi dan menggunakan kuisioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok yang ditujukan pada sejumlah besar individu atau penelitian yang mengambil sample dari satu populasi dan biasanya dimulai dengan merumuskan masalah penelitian atau memilih persoalan. Selanjutnya menentukan konsep dan hipotesa serta menggali kepustakaan,

dilanjutkan dengan pengambilan sample, pembuatan kuisisioner, pekerjaan lapangan, mengedit, analisis data dan terakhir laporan.

Adapun analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis penelitian kuantitatif dan menggunakan instrumen penelitian berupa kuisisioner. Konsep telah dibuat terlebih dahulu oleh peneliti dan data di lapangan, pendekatan seperti ini dalam penelitian kuantitatif dikenal dengan istilah pendekatan etik yang tentu saja berbeda dengan pendekatan emik yang mendapatkan konsep di lapangan dengan menganalisis proses kognitif dari subjek penelitian.

#### 1. Lokasi Penelitian

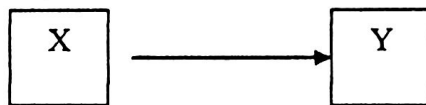
Yang menjadi lokasi dari penelitian ini adalah kelurahan Sekip Jaya Palembang. Lokasi inilah yang akan dijadikan sasaran penelitian untuk mendapatkan informasi maupun data tentang responden yang menjadi objek penelitian ini. Pemilihan lokasi ini dilakukan secara *purposive* (ditetapkan dengan sengaja). Alasannya adalah :

- a) Lokasi ini juga padat penduduk dengan luas 171 Ha, dengan jumlah kepala keluarga 3893 kk. Penduduk kelurahan Sekip Jaya sebanyak 14.376 orang, dengan jumlah penduduk laki-laki sebanyak 7.165 orang dan penduduk perempuan sebanyak 7.211 orang.
- b) Kelurahan Sekip Jaya mempunyai kompleksitas masyarakat yang heterogen dalam bidang pekerjaan, serta karakter masyarakatnya berbeda-beda dengan tingkat pengetahuan yang tidak terlalu tinggi karena hanya sebagian masyarakatnya yang sampai pada jenjang pendidikan tinggi (perkuliahan).

- c) Sebagian besar masyarakat di kelurahan Sekip Jaya memiliki televisi dan pasti menyaksikan tayangan televisi untuk memenuhi kebutuhan mereka akan informasi, hiburan, dan lain-lain.

## 2. Variabel Penelitian

Variabel adalah objek penelitian atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian. Dalam penelitian ini variable penelitian yang digunakan adalah variable bebas ( *independent Variable* ) dan variable terikat ( *dependent variable* ) di mana minat masyarakat terhadap tayangan hiburan di stasiun televisi swasta sebagai variable terikat( yang dipengaruhi ) dan karakteristik social ekonomi sebagai variable bebas ( yang mempengaruhi ).



Gambar II

## 3. Konseptualisasi Variabel

Istilah “variabel” merupakan istilah yang tidak pernah ketinggalan dalam setiap jenis penelitian, F.N. Kerlinger menyebut variable sebagai sebuah konsep seperti halnya laki-laki dalam konsep jenis kelamin, insaf dalam konsep kesadaran.

Sutrisno Hadi mendefenisikan variable sebagai gejala yang bervariasi misalnya jenis kelamin, karena jenis kelamin mempunyai variasi laki-laki – perempuan; berat badan karena ada berat 40kg, 50kg dan sebagainya. Gejala adalah objek penelitian, sehingga variable adalah objek penelitian yang bervariasi. (Suharsimi Arikunto, 2002 ; 94). Maka dalam konseptualisasi variable penelitian ini adalah :

### a. Definisi Konsep

Berikut ini akan diuraikan beberapa pengertian yang terdapat pada konsep penelitian ini, yaitu :

#### 1. Masyarakat Kota

- Pengertian masyarakat menurut Dr. A. Lysen adalah hubungan antara kekuatan-kekuatan dari bentuk-bentuk masyarakat dan kehidupan individu (Cholil Mansyur, 1978:22)
- Pengertian Kota menurut Wirth adalah sebagai sebuah pemukiman yang relatif besar, padat dan permanen, dihuni oleh orang-orang yang heterogen kehidupannya (Nas, 1979: 29).
- Jadi Masyarakat kota adalah masyarakat yang anggota-anggotanya terdiri dari manusia yang bermacam-macam lapisan/tingkatan hidup, pendidikan, kebudayaan dan lain-lain (Cholil Mansyur, 1978:107).

#### 2. Karakteristik

Karakteristik adalah tanda atau atribut seseorang, kelompok atau kebudayaan yang menjadi identitasnya (Soerjono Soekanto, 1993: 64) dan dengan kata lain karakteristik berarti ciri khusus yang melekat pada individu yang membedakannya dengan individu lainnya.

#### 3. Minat

Minat (*interest*) adalah hubungan antara seseorang dengan segala sesuatu yang menurut keyakinannya akan dapat memuaskan keinginannya (Soerjono Soekanto, 1993: 214), dan menurut G. Karta Sapoetra dan Dra. Hartini dalam



“ Kamus Sosiologi dan Kependudukan “, *interest* atau minat memiliki dua arti. *Pertama*, arti fungsional yaitu menunjukkan suatu jenis pengalaman perasaan yang disebut “*worth whileness*” (kegunaan), yang dihubungkan dengan perhatian pada objek, atau tindakan. *Kedua*, arti structural yaitu elemen atau hal dalam sikap individu, baik merupakan bawaan atau karena diperoleh, oleh karena itu dia cenderung memenuhi perasaan “*worth whileness*” dalam hubungannya dengan subyek-subyek tertentu, atau hal-hal yang berhubungan dengan subyek khusus, atau bidang pengetahuan khusus.

#### 4. Tayangan Hiburan

Tayangan hiburan adalah suatu program acara atau tayangan televisi yang diproduksi oleh sebuah stasiun televisi untuk memenuhi kebutuhan para pemirsa televisi (masyarakat) akan hiburan.

#### b. Defenisi Operasional

Penelitian ini terdiri dari dua buah variable yaitu *karakteristik sosial ekonomi* dan *minat masyarakat* yang dilengkapi dengan dimensi, indicator dan item. Untuk lebih jelasnya disajikan pada table 1 di bawah ini.

**Tabel 1**  
Variabel, Dimensi, indikator, dan Item

No	Variabel	Dimensi	Indikator	Item
1	Karakteristik Sosial Economi	* Umur	- Pernyataan tentang umur	1
		* Jenis kelamin	- Pernyataan tentang jenis kelamin	1
		* Pekerjaan	- Pekerjaan utama(pokok)	1
		* Pendidikan	- Pendidikan formal	1
2	Minat (menonton televisi)	* Jenis Tayangan	- Tayangan yang disukai	5
		* Perasaan	- Ketertarikan terhadap tayangan	4
			- Pemenuhan kebutuhan akan tayangan	3
			- Selera	3
		* Intensitas	- Frekuensi menonton	3
			- Lama menonton	4
			- Pola menonton	3
			- Mampu mengikuti cerita	4
		* Kepuasan		3

#### 4. Unit Analisis

Menurut Suharsimi Arikunto, Unit analisis adalah satuan-satuan yang menunjuk pada subjek penelitian. Unit analisis dalam penelitian ini adalah individu, yaitu masyarakat yang menjadi pemirsa televisi yang berada di kelurahan Sekip Jaya Palembang.

## 5. Populasi dan Sampel

### a. Populasi

Menurut Masri Singarimbun, populasi adalah jumlah keseluruhan dari unit analisis yang ciri-cirinya akan diduga atau populasi merupakan sekumpulan unit-unit elementer, atau hal-hal yang menjadi sumber pengambilan sample yang memenuhi syarat-syarat tertentu dan berkaitan dengan masalah penelitian. Yang dijadikan populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat yang menjadi pemirsa televisi yang berada di kelurahan Sekip Jaya Palembang.

### b. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang diambil dan dipergunakan untuk penelitian yang bersifat dan karakteristiknya dapat mewakili populasi sebagai subjek penelitian. Teknik pengambilan sample yang dipergunakan adalah *Random Sampling* yaitu teknik pengambilan sample secara acak dan berdasarkan persentase. Namun sering timbul pertanyaan, berapa besarnya sample yang harus diambil untuk mendapatkan data yang representatif, beberapa pendapat menyatakan bahwa besarnya sample minimal tidak lebih kurang dari 10 persen dari jumlah populasi (Suharsimi Arikunto, 1998: 112), sehingga pada penelitian ini jumlah sampelnya sebanyak 40 orang responden.

Penarikan sample yang dilakukan dalam hal ini dilakukan dengan menggunakan tahapan-tahapan berikut ini (*multi stage*):

1. Dipilih satu kelurahan sampel di kota Palembang yaitu kelurahan Sekip Jaya, pemilihan kelurahan dilakukan secara purposive dengan alasan :

- a. Lokasi kelurahan Sekip Jaya merupakan lokasi yang padat penduduk, dengan jumlah kepala keluarga 3893 kk. Penduduk kelurahan Sekip Jaya sebanyak 14.376 orang.
  - b. Kelurahan Sekip Jaya mempunyai kompleksitas masyarakat yang heterogen dalam bidang pekerjaan, serta karakter masyarakatnya berbeda-beda dengan tingkat pengetahuan yang tidak terlalu tinggi karena hanya sebagian masyarakatnya yang sampai pada jenjang pendidikan tinggi (perkuliahan).
  - c. Sebagian besar masyarakat di kelurahan Sekip Jaya memiliki televisi dan pasti menyaksikan tayangan televisi untuk memenuhi kebutuhan mereka akan informasi, hiburan, dan lain-lain.
2. Dipilih 4 rukun tetangga (rt) sampel dari 38 rt yang ada di kelurahan Sekip Jaya yaitu rt. 22, rt. 23, rt.29, dan rt. 36, pemilihan dilakukan secara *simple random sampling* berupa pengundian dari beberapa rukun tetangga yang ada.
  3. Diambil 40 responden dari 4 rukun tetangga tersebut. Tiap-tiap rt diambil respondennya menggunakan tehnik *proporsional random sampling* dimana masing-masing rt ditentukan jumlah respondennya sesuai proporsi dari jumlah penduduk di setiap rt, sehingga secara keseluruhan diperoleh 40 responden.
  4. Pemilihan responden di setiap rt dilakukan dengan *simple random sampling* yaitu dengan cara diundi yang dilakukan di lapangan dengan bantuan daftar nama penduduk setiap rt. Rincian data tersebut sebagai berikut :

**Tabel 2**  
Penyebaran Responden Penelitian

Populasi/lingkungan	Sampel rukun tetangga	Jumlah penduduk	Jumlah responden
38 Rukun tetangga	Rt. 22	120	12
	Rt. 23	68	7
	Rt. 29	120	12
	Rt. 36	87	9
Total	4 Rukun Tetangga	395	40

## 6. Data dan Sumber Data

### a. Jenis data

Jenis data yang diperoleh ada 2 (dua) macam yaitu primer dan data sekunder dengan tingkat pengukuran normal. Tingkat pengukuran ini, tidak ada asumsi tentang jarak maupun urutan antara kategori-kategori dalam ukuran itu. Dasar penggolongan hanyalah kategori yang tidak tumpang tindih (*mutually exclusive*) dan tuntas (*exhaustive*). "Angka" yang ditunjukkan untuk suatu kategori tidak merefleksikan bagaimana kedudukan kategori tersebut terhadap kategori yang lain, tetapi hanyalah sekedar label atau kode.

Data primer adalah data yang diperoleh dari responden dan memiliki hubungan langsung dengan penelitian ini, sedangkan data sekunder berupa data penunjang di luar data primer yang digunakan dalam penelitian. Sumber data sekunder diperoleh dari studi pustaka melalui buku, jurnal, karya ilmiah, majalah, laporan penelitian dan monografi daerah penelitian.

Pada penelitian ini menggunakan skala data 3 (~~tiga~~), yaitu ya, tidak dan ragu-ragu atau sejenisnya sehingga hal ini dapat mempermudah bagi responden dalam menjawab pertanyaan peneliti.

#### b. Teknik Pengumpulan Data

##### 1. Kuisisioner atau Angket

Merupakan suatu cara pengumpulan data dengan jalan memberikan daftar pertanyaan, dengan kemungkinan jawaban yang telah disusun sedemikian rupa sehingga tidak menimbulkan keraguan bagi responden yang diminta pendapatnya atau data yang diperoleh dari pertanyaan tertulis kepada responden, tentang hal-hal yang diketahui dari penelitian.

##### 2. Pengamatan Langsung (*observation*)

*Observasi* merupakan suatu aktivitas penelitian dalam rangka mengumpulkan data yang berkaitan dengan masalah penelitian melalui proses pengamatan langsung di lapangan. Dalam kegiatan *observasi* ini, pengamatan yang dilakukan bukan sekedar mengamati sesuatu namun pengamatan dalam penelitian harus berada dalam lingkup kegiatan ilmiah.

##### 3. Dokumentasi/Kepustakaan (*Library*)

Yaitu dengan memanfaatkan sumber-sumber data yang telah ada, untuk dijadikan bahan kajian ulang atau bahan perbandingan sehingga dapat memberikan masukan di dalam penelitian ini.

## 7. Teknik Analisa Data

Data hasil penelitian terdiri dari data kuantitatif dan data kualitatif. Data kuantitatif disajikan dalam bentuk tabel, persentase dan hasil perhitungan statistik. Sedangkan data kualitatif disajikan dalam rangka memberikan tambahan penjelasan data kuantitatif.

Data yang telah diperoleh tersebut diolah melalui tahapan-tahapan pengolahan data berikut ini :

### a. Persiapan

Dengan mengecek nama dan kelengkapan identitas responden yang telah mengisi kuisioner, termasuk juga mengecek kelengkapan data, artinya memeriksa isi instrument pengumpulan data.

### b. Tabulasi Data

1. Memberikan kode terhadap item-item yang tidak diberi skor.
2. Memberikan skor (*skorsing*) terhadap item-item yang perlu diberi skor.
3. Melakukan koding data, yaitu berupa pemberian kode pada semua variable data.
4. Mengedit data yang terkumpul, guna memasrikan kesempurnaan pengisian dari setiap instrumen pengumpulan data.
5. Memberikan tabel data untuk data kuantitatif yang dilakukan sesuai dengan bentuk penyajian data yang dikehendaki dalam penelitian ini atau sesuai dengan masalah penelitian ini.

c. Analisis dan penerapan data sesuai dengan pendekatan penelitian

Karena menggunakan pendekatan kuantitatif maka analisis dan penerapan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan uji statistic. Sebelum data dianalisis dan diuji melalui pengujian hipotesis, data terlebih dahulu diuji dalam pengujian persyaratan analisis. Adapun pengujian persyaratan analisis yang dilakukan dalam penelitian ini adalah :

1. Pengujian validitas data dengan menggunakan rumus korelasi product moment.
2. Pengujian reliabilitas data, dengan menggunakan rumus korelasi product moment. Adapun rumus korelasi product moment tersebut adalah:

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{(\sum x^2)(\sum y^2)}}$$

3. Pengujian hipotesis, dengan menggunakan rumus uji t (t-test), chi-square dan koefisien contingency. Adapun rumus uji t adalah:

$$t = \frac{X - \mu}{s / \sqrt{n}}$$

Sedangkan rumus untuk mencari X dan s yaitu:

$$X = \frac{\sum X_i}{n} \quad \text{dan} \quad s = \sqrt{\frac{\sum (X_i - X)^2}{n - 1}}$$

ket :

t = t hitung

s = simpangan baku/deviasi

n = jumlah sample



$\bar{X}$  = rata-rata jumlah sample

$\mu$  = rata-rata jumlah populasi

$\sum X_i$  = jumlah keseluruhan sample

sedangkan rumus chi-square dan koefisien contingency adalah:

$$\chi^2 = \frac{\sum (F_o - F_h)^2}{F_h}$$

$$C = \frac{\chi^2}{N + \chi^2}$$

Selain menggunakan rumus diatas, juga digunakan rumus prosentase berikut

ini ;

$$P = \frac{f}{N} \times 100\%$$

P = prosentase

f = frekuensi

N = jumlah sample

Setelah data diprosentasikan barulah kemudian data ditafsirkan berdasarkan penggolongan kategori, misalnya sebagai berikut:

- \* 0,80 – 1,000      dikategorikan sangat tinggi/sangat kuat
- \* 0,60 – 0,799      dikategorikan tinggi/kuat
- \* 0,40 – 0,599      dikategorikan sedang
- \* 0,20 – 0,399      dikategorikan rendah
- \* 0,00 – 0,199      dikategorikan sangat rendah

Sedangkan analisis data yang digunakan berupa analisis responden (*analysis respondent*), yang berfungsi untuk menemukan keterkaitan dari kedua hal yang

diteliti dalam penelitian ini, hingga nantinya dapat menarik kesimpulan dengan melakukan generalisasi, mengukur keterhubungan/korelasi, menguji hipotesis dan membangun/ mengembangkan teori berkaitan dengan penelitian, serta tulisan-tulisan sebelumnya yang berhubungan dengan permasalahan penelitian yang terkait dengan pemaparan pada tinjauan pustaka.

## 9. Teknik Pengujian Hipotesis

Menentukan hipotesis secara statistik

Untuk hipotesis 1

$$i. H_0 : \mu_0 \leq$$

$$H_a : \mu_0 \geq$$

untuk hipotesis 2

$$H_0 : X = 0$$

$$H_a : X \neq 0$$

Menentukan criteria pengujian

Untuk hipotesis 1

$$t \text{ hitung} \geq t \text{ tabel} : \text{hipotesis diterima}$$

$$t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel} : \text{hipotesis ditolak}$$

untuk hipotesis 2

$$r \text{ hit} \geq r \text{ tabel} : \text{hipotesis diterima}$$

$$r \text{ hit} \leq r \text{ tabel} : \text{hipotesis ditolak}$$

Menentukan teknik perhitungan

Untuk hipotesis 1

$$t = \frac{X - \mu}{S / \sqrt{n}}$$

untuk hipotesis 2

$$x^2 = \frac{\sum (F_o - F_h)}{F_h}$$

$$C = \frac{x^2}{N + x^2}$$

Membuat kesimpulan

Pengambilan keputusan untuk menerima atau menolak hipotesis berdasarkan criteria pengujian dari hasil perhitungan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsini. 1997. *Prosedur Penelitian*. Yogyakarta: Rineka Cipta.
- Budihardjo, Eko dan Hardjohubojo, Sudanti. 1993. *Kota Berkawasan Lingkungan*. Bandung. Penerbit Alumni.
- Cangara, Hafied. 2002. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Chen, Milton. 1996. *Anak-Anak dan Televisi*. Jakarta . PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Chen, Milton. 2005. *Mendampingi Anak Menonton Televisi*. Jakarta. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Daljoeni, N. 1985. *Seluk Beluk Masyarakat Kota*. Bandung. Penerbit Alumni.
- Damsar. 1997. *Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Djarwanto. 1987. *Kumpulan Soal dan Penyelesaiannya, Statistik Nonparametik*. Yogyakarta. BPFE.
- Fahmi, Alatas.1997. *Bersama Televisi Merenda Wajah Bangsa*. Jakarta. Yayasan Pengkajian Komunikasi Masa Depan (YPKMD).
- Faisal, Sanapiah. 1999. *Format-format Penelitian Sosial*. Jakarta: PT RajaGafindo Persada.
- Hasan, M, Iqbal. 2002. *Pokok-Pokok Materi Statisik 1 (Statistik Deskriptif)*. Jakarta. PT. Bumi Aksara
- H.A.W. Widjaya. 2000. *Ilmu Komunikasi, Pengantar Studi*. Jakarta: Rineka Cipta.

- I Gusti Ngurah Agung. 2003. *Statiska, Penerapan Metode Analisis untuk Tabulasi Sempurna dan Tak Sempurna*. Jakarta. PT. RajaGrafindo Persada.
- Kartono, Kartini. 2001. *Patologi Sosial*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Kuswandi, Wawan. 1996. *Komunikasi Massa Sebuah Analisis Media Televisi*. Jakarta. Rineka Cipta.
- Liliweri, Alo. 1991. *Memahami Peran Komunikasi Massa dalam Masyarakat*. Bandung. PT. Cipta Aditya Bakti.
- Mansyur, Cholil. 1978. *Sosiologi Masyarakat Kota dan Desa*. Surabaya. Usaha Nasional.
- Mc Quail, Dennis. 2003. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta.
- Mulyana, Deddy. 2002. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya.
- Nas, p.j.m. 1979. *Kota di Dunia Ketiga*. Jakarta. Bharata Karya Aksara.
- Pamudji, S. 1985. *Pembinaan Perkotaan di Indonesia, Tinjauan dari Aspek Administrasi Pemerintahan*. Jakarta. Bina Aksara.
- Pujirahardjo, W. 1993. *Metode Penelitian dan Statistik Terapan*. Surabaya. Airlangga University Press.
- Rakhmat, Jalaluddin. 1986. *Teori-Teori Komunikasi, Perspektif Mekanistik, Psikologis, Interaksional dan Pragmatis*. Bandung. CV. Remadja Karya.
- Rahkmat, Jalaluddin. 2001. *Psikologi Komunikasi*. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya.

Sapoetra, G Karta dan Hartini. 1992. *Kamus Sosiologi dan Kependudukan*. Jakarta.

Bumi Aksara.

Singarimbun, Masri dan Effendi, Sofyan. 1995. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta.

LP3ES

Soehoet, Hoeta. 2002. *Teori Komunikasi 2*. Jakarta. Yayasan Kampus Tercinta IISIP.

Soekanto, Soerjono. 1993. *Kamus Sosiologi*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.

Sugiyono, DR. 2000. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: CV. Alfabeta.

Susanto, Astrid S. 1995. *Globalisasi dan Komunikasi*. Jakarta. Pustaka Sinar

Harapan.

Susilo, Zumrotin K. 1996. *Penyumbang Lidah Konsumen*. Jakarta: Puspa Swara.

Ujchana Effendy, Onong. 1992. *Spektrum Komunikasi*. Bandung. Mandar Maju.

Uchjana Effendy, Onong. 2000. *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung. PT.

Citra Aditya Bakti.

Uchjana Effendy, Onong. 2003. *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*. Bandung. PT.

Remaja Rosda Karya.

Wardhana, Veven Sp. 1997. *Kapitalisme Televisi dan Strategi Budaya Massa*.

Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Wiryanto. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta. PT. Grasindo.