

Pola Konsumsi Siaran Televisi di Denpasar: Statistik Deskriptif

Ni Made Ras Amanda G^{*)}

Dewi Yuri Cahyani

Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Udayana

ABSTRAK

Saat ini televisi telah menjadi media massa favorit bagi masyarakat. Bahkan menonton televisi seakan-akan telah menjadi ritual wajib. Padahal tayangan televisi memiliki dampak terhadap pemirsanya. Untuk itu penelitian ini ingin mendapatkan gambaran deskriptif bagaimana pola penggunaan televisi di Kota Denpasar. Penelitian menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan menyebarkan kuesioner secara *accidental*. Dari hasil penelitian diketahui bahwa televisi memang telah menjadi pilihan utama dalam mencari informasi, namun pemirsa di Denpasar tidak termasuk *heavy viewer*. Program sinetron dan berita ternyata menjadi program favorit dan dalam proses menonton pemirsa masih cenderung berpindah saluran. Untuk itu, dengan masih tingginya ketergantungan pemirsa dengan televisi maka diharapkan isi program siaran televisi dapat lebih mendidik pemirsa dan informatif.

Kata kunci : penggunaan televisi, pemirsa, Denpasar, program acara

Patern of Television Consumption In Denpasar: Descriptive Statistic

ABSTRACT

Nowadays television has become the most favorite media. Watching television become ritual for the audiences. Television in fact have negative impact. Therefore, the aim of this research is to gain descriptive data about how is the pattern of television consumption in Denpasar. The research was quantitative research by using questionnaire. The research came out that audiences choose to watch television in finding information and entertainment. But Denpasar's audiences were not categorizes in heavy viewers. The most favorite program is sinetron and news. For that television's programs should be educated and informative.

Key words : television consumption, audiences, denpasar, television's program

PENDAHULUAN

Hingga saat ini, televisi masih menjadi salah satu media massa elektronik yang paling dominan. Hampir semua rumah tangga di Indonesia memiliki pesawat dan menikmati tayangan televisi. Hal ini disebabkan karena hampir tidak ada ongkos yang harus dikeluarkan oleh pemirsa, tidak seperti jika mereka ingin mendapatkan informasi atau hiburan melalui media cetak atau internet. Hal ini menjadikan televisi memiliki *potential viewers* yang cukup besar. Tak heran jika hingga saat ini televisi masih menjadi media favorit para pengiklan untuk mengiklankan produknya. Iklan begitu berjubel menyesaki acara-acara televisi, terutama program yang banyak ditonton atau tayang pada *prime time*. Meski banyak riset yang menunjukkan bahwa salah satu perilaku

pemirsa televisi adalah menghindari iklan, namun karena *potential viewers*-nya yang besar tersebut, para pemasar menganggap televisi masih tetap memiliki jangkauan yang lebih baik dibandingkan media massa lain.

Televisi sebagai media massa pun memiliki dampak terhadap pemirsanya. Selain berdampak positif di mana pemirsa dipenuhi kebutuhan akan informasi dan hiburan, namun tayangan televisi pun berdampak negatif di mana tayangan berbau kekerasan dan mimpi penuh khayalan masih sering dijumpai di tayangan televisi di Indonesia. Pemirsa televisi memang tidak langsung terkena terpaan tayangan televisi, namun terdapat proses dan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi dampak tayangan televisi terhadap pemirsanya. Pola penggunaan televisi yang sehat adalah salah satu

*) E-mail: rasamanda13@gmail.com

faktor yang mampu mengikis pengaruh negatif dari televisi. Untuk itu sangat penting untuk mengetahui bagaimana pola penggunaan atau pola konsumsi pemirsa televisi.

Untuk itu, penelitian ini ingin menggali informasi mengenai pola konsumsi televisi pemirsa di Denpasar. Denpasar adalah ibu kota Provinsi Bali, di mana sebagai kota terbesar di Bali masyarakatnya pun lebih beragam dan cenderung memiliki tingkat pendidikan dan penghasilan yang lebih tinggi. Maka dari itu akan cukup menarik dan mendapatkan keberagaman pemirsa sebagai responden dari penelitian ini.

Adapun permasalahan yang dapat diidentifikasi dalam penelitian ini adalah:

“Bagaimana pola penggunaan atau konsumsi televisi di Denpasar?”

Penelitian yang Relevan

Secara khusus, peneliti belum menemukan studi yang meneliti mengenai karakteristik demografis dan psikografis pemirsa televisi di Bali. Pada umumnya studi mengenai khalayak lebih menggali pengetahuan berkaitan dengan perilaku menonton televisi dan dampak tayangan televisi. Misalnya penelitian yang dilakukan oleh Tim Peneliti dari Universitas Udayana (Ras Amanda, 2012) yang melakukan riset mengenai program siaran TVRI di Bali pada tahun 2012. Dari penelitian tersebut, diketahui bahwa program-program TVRI mendapat tanggapan positif dari sisi konsep acara. Namun sayangnya kualitas teknis dari program-program yang ditayangkan masih dianggap buruk yang menyebabkan pemirsa lebih memilih menonton program di televisi lain. Selain tanggapan pemirsa TVRI terhadap program-program siaran TVRI Bali, penelitian ini juga menghasilkan profil demografis pemirsa secara umum, terutama yang berkaitan dengan jenis kelamin, usia, dan pekerjaan pemirsa.

Landasar Teori

Teori yang digunakan adalah teori-teori di bidang komunikasi massa dan media massa, serta teori-teori dalam rumpun sosiologi dan psikologi yang akan digunakan untuk menganalisis profil demografis dan psikografis khalayak. Beberapa teori dan konsep yang digunakan adalah khalayak massa, *Uses and Gratifications Theory*, dan *Model uses and gratifications* dari Rosengren.

Khalayak Massa. Khalayak memiliki sifat-sifat sebagaimana yang ada pada konsep massa, namun lebih spesifik teragregat pada suatu media massa. Menurut Bungin (2007), sifat dari khalayak massa di antaranya: (i). Terdiri dari jumlah besar; (ii)

Suatu pemberitaan media massa dapat ditangkap oleh masyarakat dari berbagai tempat, sehingga sifat audiens massa juga ada tersebar di mana-mana, terpencar, dan tidak mengelompok pada wilayah tertentu; (iii) Pada mulanya audiensi massa tidak interaktif, artinya antara media massa dan pendengar atau pemirsanya tidak saling berhubungan, namun saat ini konsep tersebut mulai ditinggal karena teknologi memungkinkan terjadinya interaksi antara audiens dengan media massa; (iv) Terdiri dari berbagai lapisan masyarakat yang sangat heterogen; (v) Tidak terorganisir dan bergerak sendiri.

Charles R. Wright (dalam Sutaryo, 2005) menuturkan, selama beberapa dasawarsa belakangan ini banyak penelitian telah dilakukan dalam bidang analisis khalayak. Penelitian ini meliputi studi mengenai karakteristik demografis dan sosial khalayak media tertentu, tumpang tindih di antara khalayak media, sifat penggemar dan bukan penggemar, penggunaan media oleh individu dan kepuasan yang diperoleh dari media, dan perilaku komunikasi yang selektif dari orang-orang dengan latar belakang sosial yang sama dan yang berbeda. Pada umumnya, khalayak berbagai media massa berbeda secara lebih menonjol dalam karakteristik sosial mereka dibanding ciri-ciri kepribadiannya. Penggunaan media cetak meningkat dengan semakin meningkatnya tingkat pendidikan, meskipun jumlah waktu untuk menonton televisi tidak berkurang. Jenis isi pesan yang dikonsumsi, begitu pula penggunaan media, kelihatannya berhubungan dengan karakteristik sosial.

Uses and Gratifications. Teori yang dikemukakan oleh Blumler, Gurevitch dan Katz (Griffin, 2003) ini menyatakan bahwa pengguna media memainkan peran yang aktif dalam memilih dan menggunakan media. Pengguna media menjadi bagian yang aktif dalam proses komunikasi yang terjadi serta berorientasi pada tujuannya dalam media yang digunakannya. Littlejohn (2002) menyatakan bahwa teori ini menekankan fokus pada individu khalayak ketimbang pesan dari media itu sendiri:

“Compared with classical effect studies, the uses and gratifications approach takes the media consumer rather than the messages as its starting point, and explores his communication behavior in terms of his direct experience with the media. It views the member of the audience as actively utilizing media content, rather than being passively acted upon by the media. Thus, it does not assume a direct relationship between messages and effects, but postulated instead that members of the audience put messages to use, and the such usages act as intervening variables in the process

effects." (Katz, Blumler & Gurevitch, dalam Littlejohn, 2002).

Teori ini mempertimbangkan apa yang dilakukan orang pada media, yaitu menggunakan media untuk memuaskan kebutuhannya. Penganut teori ini meyakini bahwa individu sebagai makhluk supra-rasional dan sangat selektif. Menurut para pendirinya juga, *uses and gratifications* meneliti asal mula kebutuhan secara psikologis dan sosial, yang menimbulkan harapan tertentu dari media massa atau sumber-sumber lain, yang membawa pada pola tepaan media yang berlainan, dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan dan akibat-akibat lain.

Menurut asumsi teori ini, karena pengguna media memilih media massa disesuaikan dengan kebutuhan mereka, maka pilihan penggunaan media akan mencerminkan karakteristik-karakteristik khusus pengguna media tersebut.

Model Uses and Gratifications Rosengren.

Versi lain dari pendekatan *Uses and Gratifications* dikemukakan oleh Karl Erik Rosengren (dalam Sendjaja dkk, 1994) yang memodifikasi elemen kebutuhan dan kepuasan menjadi 11 elemen, yaitu: (i) Kebutuhan mendasar tertentu; (ii) Berbagai kombinasi antara karakteristik intra dan ekstra-individu; (iii) Struktur masyarakat, termasuk struktur media; (iv) Berbagai kombinasi persoalan individu; (v) Persepsi mengenai solusi bagi persoalan tersebut; (vi) Berbagai motif untuk mencari pemenuhan atau penyelesaian persoalan; (vii) Perbedaan pola konsumsi media; (viii) Perbedaan pola perilaku lainnya; (ix) Perbedaan pola pemenuhan; (x) Kombinasi karakteristik intra dan ekstra-individu; (xi) Struktur media dan berbagai struktur politik, kultural, dan ekonomi dalam masyarakat.

Kebutuhan individu dianggap sebagai titik awal. Meski demikian, tumbuhnya kebutuhan tidak terjadi dalam situasi yang vakum, melainkan melalui interaksi dengan elemen-elemen di dalam dan di sekitar individu. Pada tingkat individual, persoalan-persoalan yang dirasakan dan solusinya dapat memberikan motif untuk bertindak. Dengan demikian, persoalan yang membawa pada motif tertentu akan menyebabkan tindakan dalam bentuk konsumsi media atau perilaku lainnya. Karena kebutuhan, persoalan, dan motif berbeda bagi individu atau kelompok yang berbeda, maka hasilnya adalah pola-pola perilaku yang berbeda pula. Sejumlah orang akan mencari sesuatu yang menghibur, lainnya memilih informasi, dan sejumlah lainnya bahkan tidak menggunakan media sama sekali.

DATA DAN METODOLOGI

Tahapan Penelitian

Dalam menjawab tujuan penelitian, maka metode penelitian akan menggunakan jenis penelitian. Hal ini untuk memperkaya hasil penelitian dengan jangkauan yang lebih luas. Dalam penelitian ini, sifat penelitiannya adalah penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif dimaksudkan untuk eksplorasi dan klarifikasi mengenai sesuatu fenomena atau kenyataan sosial, dengan jalan mendeskripsikan sejumlah variabel yang berkenaan dengan masalah dan unit yang diteliti.

Penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dimana mencoba menjelaskan gejala sosial yang dinyatakan dalam variabel-variabel. Metode pengumpulan data akan menggunakan metode penelitian survey, di mana menggunakan kuesioner sebagai alat ukur untuk mengumpulkan data responden.

Jenis Penelitian

Jenis penelitian termasuk dalam penelitian deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu. Jadi hasil penelitian akan menjelaskan secara deskriptif mengenai sifat dan fakta akan objek penelitian dalam hal ini adalah pemirsa televisi di Denpasar, Bali.

Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di Denpasar Bali, karena Kota Denpasar sebagai Ibu Kota Provinsi Bali memiliki tingkat kepadatan dan keragaman penduduk yang tinggi dibandingkan kota lain di Provinsi Bali. Kota Denpasar pun dinilai cukup mewakili keberagaman budaya yang ada di Provinsi Bali, di mana di Denpasar terjadi titik temu beragam budaya dan latar belakang penonton televisi di Bali.

Instrumen Penelitian

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian survey dengan menggunakan instrumen penelitian berupa kuesioner. Kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data dari responden. Sedangkan responden adalah sampel penelitian atau orang melalui mana peneliti memperoleh data. Kuesioner yang digunakan akan berbeda sesuai dengan spesifikasi sampel. Instrumen Kuesioner atau angket ini adalah serangkaian atau daftar pertanyaan yang disusun secara sistemis, kemudian dikirim atau diisi oleh responden.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan gejala/satuan yang ingin diteliti. Sedangkan sampel adalah bagian dari populasi yang ingin diteliti. Oleh karenanya sampel harus dipandang sebagai suatu pendugaan terhadap populasi dan bukan populasi itu sendiri (Bailey, 1994:83). Sampel memiliki beberapa ide dasar yakni mencari informasi atau pengetahuan tentang keseluruhan obyek atau gejala yang diteliti (populasi), mengamati sebagian dari obyek/gejala yang diteliti (sampel) dan menarik kesimpulan tentang keseluruhan obyek/gejala yang diteliti. Populasi dalam penelitian ini adalah pemirsa televisi di Denpasar Bali, dengan jumlah sampel sebesar 80 sampel. Hal ini terkait dengan keterbatasan dana penelitian.

Analisa Data

Terdapat tiga jalur analisis data kuantitatif, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Miles dan Huberman, 1992). Reduksi data adalah proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Proses ini berlangsung terus menerus selama penelitian berlangsung, bahkan sebelum data benar-benar terkumpul sebagaimana terlihat dari kerangka konseptual penelitian, permasalahan studi, dan pendekatan pengumpulan data yang dipilih peneliti.

Reduksi data meliputi: meringkas data, mengkode, menelusur tema, dan membuat gugus-gugus. Reduksi data merupakan bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasi data dengan cara sedemikian rupa sehingga kesimpulan akhir dapat diambil. Reduksi tidak perlu diartikan sebagai kuantifikasi data. Cara reduksi data adalah seleksi ketat atas data, ringkasan atau uraian singkat, dan menggolongkan dalam pola yang lebih luas.

Penyajian data adalah kegiatan ketika sekumpulan informasi disusun, sehingga memberi kemungkinan akan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Bentuk penyajian data kualitatif :

- (i) Teks naratif: berbentuk catatan lapangan
- (ii) Matriks, grafik, jaringan, dan bagan. Bentuk-bentuk ini menggabungkan informasi yang tersusun dalam suatu bentuk yang padu dan mudah diraih, sehingga memudahkan untuk melihat apa yang sedang terjadi, apakah kesimpulan sudah tepat atau sebaliknya melakukan analisis kembali.

Penyajian Hasil Analisis Data

Hasil analisis data akan disajikan dalam bentuk bagan atau grafik maupun dalam bentuk naratif. Data yang terkumpul diharapkan mendapat penjelasan lebih mendalam dalam bentuk data kualitatif.

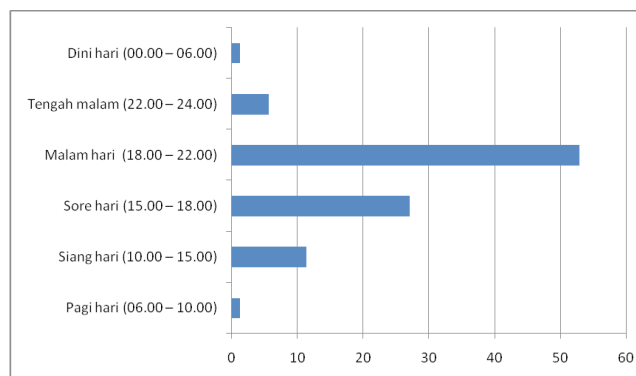
HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembahasan hasil penelitian berikut berpusat pada gambaran bagaimana pola konsumsi televisi responden penonton di Denpasar. Adapun variabel yang akan dibahas antara lain waktu menonton televisi, lama menonton televisi, motivasi atau alasan menonton televisi. Berikut uraiannya satu per satu.

Waktu menonton televisi

Dari 80 responden ternyata sebagian besar responden menonton televisi pada malam hari yakni pada pukul 18.00 hingga pukul 22.00. Hal ini dikarenakan sebagian besar responden melakukan aktivitas di siang hari seperti bekerja maupun kuliah, sehingga responden baru menonton televisi pada malam hari. Adapun 27,1 persen responden mengaku menonton televisi pada sore hari yakni pada pukul 15.00 hingga pukul 18.00. Selengkapnya dapat dilihat pada Gambar 1.

Gambar 1. Waktu Menonton Televisi



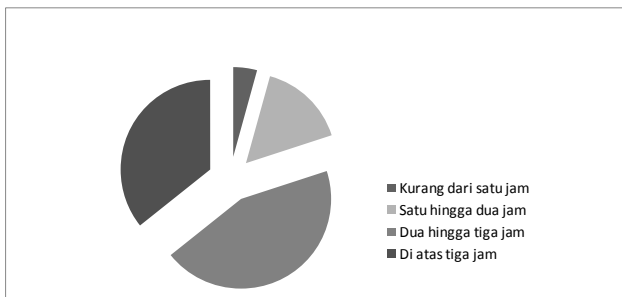
Sumber: hasil penelitian, 2015.

Adapun Gambar 1 menjelaskan responden yang menonton televisi di siang hari tercatat 11,4 persen responden, pada tengah malam 5,7 persen responden, pada pagi hari 1,4 persen responden dan pada dini hari hanya 1,4 persen responden. Hal ini menunjukkan jam prime time responden untuk menonton televisi adalah pada pukul 18.00 hingga pukul 22.00 yakni sebesar 52,9 persen.

Durasi menonton televisi

Dari hasil penelitian juga didapatkan bahwa penonton televisi di Denpasar tidak termasuk dalam *heavy television viewer*, di mana yang tergolong *heavy television viewer* adalah penonton televisi yang mampu menghabiskan waktu menonton televisi hingga di atas empat jam dalam satu harinya. Dari hasil penelitian ternyata 44,3 persen penonton televisi menghabiskan durasi menonton televisi selama dua hingga tiga jam dalam satu harinya. Sedangkan 15,7 persen responden menonton televisi selama satu hingga dua jam dalam satu hari, 4,3 persen responden pun mengaku menonton televisi kurang dari satu jam per harinya. Hal ini dapat dilihat dalam Gambar 2.

Gambar 2. Durasi Menonton Televisi



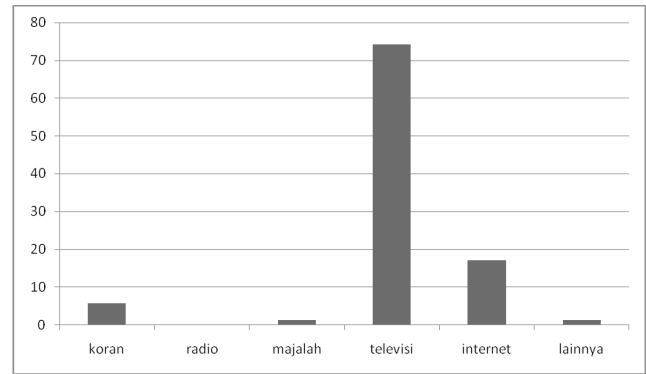
Sumber: Hasil Penelitian, 2015

Melalui Gambar 2 dapat diketahui bahwa penonton televisi di Denpasar ini termasuk dalam kategori *light television viewer*, atau hanya menghabiskan waktu kurang dari tiga jam per hari dalam mengonsumsi televisi. Dari grafik di atas juga diketahui bahwa hanya 35,7 persen responden yang durasi menonton televisi di atas tiga jam per harinya. Hal ini menunjukkan bahwa pemirsa televisi di Denpasar ternyata tidak terlalu menghabiskan waktunya di depan televisi hanya sekitar satu hingga tiga jam saja.

Mencari informasi

Dari 80 responden di kota Denpasar ternyata televisi masih tergolong media yang menjadi pilihan pertama dalam memenuhi kebutuhan responden akan informasi. Menurut teori *Uses and Gratifications*, seseorang menggunakan atau mengakses media untuk memenuhi keinginan dan untuk mendapatkan kepuasan. Dari data hasil penelitian ternyata pengonsumsi media memilih menggunakan televisi untuk memenuhi kebutuhannya akan informasi. Angkanya pun cukup besar yakni 74,3 persen responden mengaku mencari informasi melalui televisi. Hal ini dapat dilihat dalam Gambar 3.

Gambar 3. Media Pilihan untuk Informasi



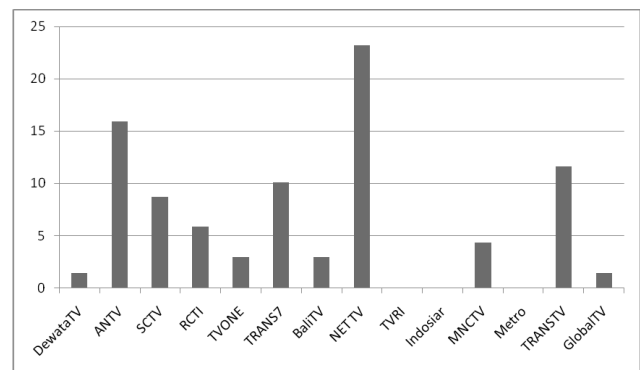
Sumber: Hasil Penelitian, 2015.

Berdasarkan informasi pada Gambar 3 ditemukan sebuah perubahan yang menarik di mana media via internet menjadi pilihan kedua sebagian besar responden dalam mencari informasi yakni sebesar 17,1 persen responden. Hal ini menarik karena posisi internet kini sudah menyalip posisi koran dalam mencari informasi. Dari grafik di atas ternyata responden yang mencari informasi melalui koran hanya 5,7 persen saja, atau lebih rendah dari media via internet. Hal ini menunjukkan adanya tren perubahan di mana media via internet telah menjadi pilihan untuk mencari informasi dibandingkan koran.

Media favorit pemirsa

Dari 80 responden yang tersebar, ternyata saluran televisi yang menjadi favorite adalah NET TV, di mana 23,2 persen responden mengatakan memilih saluran NET TV sebagai saluran pilihan mereka. Berikutnya adalah saluran ANTV, yakni 15,9 persen responden mengatakan memilih saluran ANTV ini sebagai saluran pilihan mereka. Hal ini cukup menarik dikarenakan NET TV termasuk televisi yang baru mengudara di Denpasar dan ternyata telah diterima dengan cukup baik oleh pemirsa televisi di Denpasar. Hal ini dapat dilihat dalam Gambar 4.

Grafik 4. Saluran Televisi Pilihan

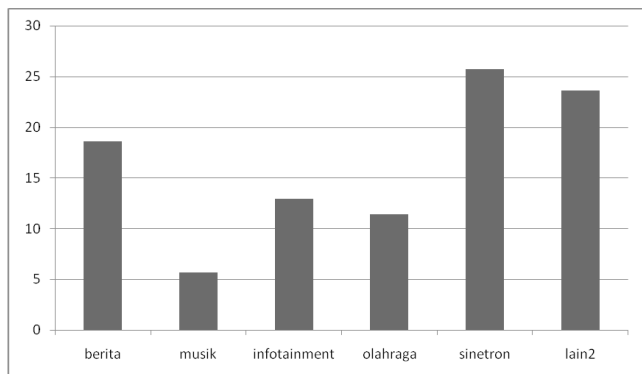


Sumber: Hasil Penelitian, 2015.

Program paling digemari

Untuk program yang paling digemari, ternyata program sinetron menjadi program favorit pemirsa televisi di Bali ini. Tercatat program sinetron menjadi program favorit dengan 25,7 persen responden memilih program sinetron menjadi program favorit atau pilihan pertama responden. Sedangkan pilihan kedua adalah program acara berita yakni 18,6 persen. Hal ini dapat dilihat dari Gambar 5.

Gambar 5. Program Acara Favorit



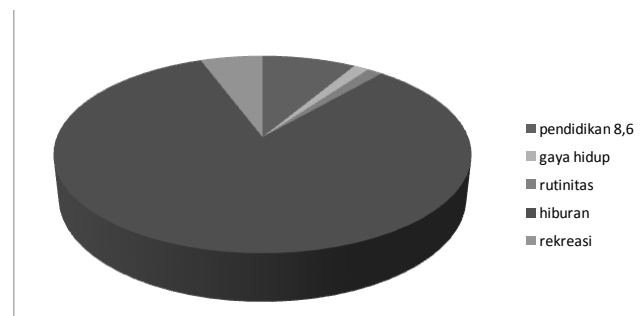
Sumber: hasil penelitian, 2015.

Sedangkan program acara lainnya yang menjadi pilihan adalah program acara music 5,7 persen, olahraga 11,4 persen dan infotainment 12,9 persen.

Motivasi menonton televisi

Fungsi media massa adalah informatif, pengawasan, hiburan, dan edukasi. Namun ternyata responden masih memandang televisi sebagai media untuk mencari hiburan. Hal ini terlihat di mana sebagian besar responden yakni 82,9 persen responden mengungkapkan motivasi untuk menonton televisi adalah hiburan. Sedangkan 8,6 persen responden lainnya mengatakan motivasi untuk menonton televisi adalah sebagai sarana media pendidikan. Lalu 5,7 persen responden lainnya menilai menonton televisi adalah sarana rekreasi dan 1,4 persen responden menilai menonton televisi adalah sebuah rutinitas. Hal ini dapat dilihat dari Gambar 6.

Gambar 6. Motivasi Menonton Televisi

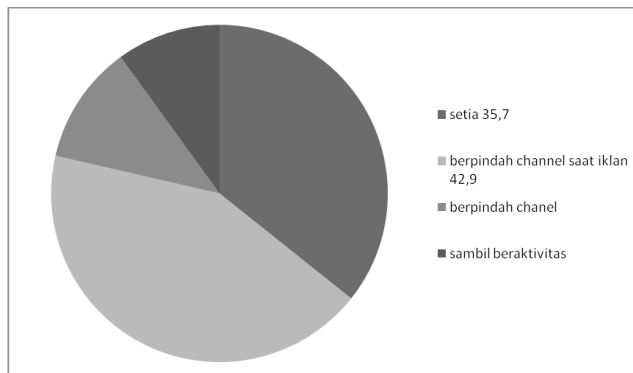


Sumber: hasil penelitian

Perilaku menonton

Perilaku atau kebiasaan tertentu dalam menonton televisi tentu saja mempengaruhi bagaimana terpaan isi siaran televisi kepada pemirsanya. Perilaku saat menonton televisi pun dipengaruhi dengan keberadaan *remote control*. Dengan adanya *remote control*, maka penonton televisi bisa dengan mudah memindahkan saluran televisi. Dari hasil penelitian diketahui ternyata penonton televisi di Denpasar memiliki kebiasaan untuk berpindah saluran saat iklan, sebesar 42,9 persen responden mengatakan memiliki kebiasaan ini. Namun ternyata masih terdapat pemirsa yang tergolong setia dalam menonton televisi di mana tidak berpindah saluran apabila sedang menonton televisi. Hal ini terlihat dari adanya 35,7 persen responden yang mengatakan tetap setia dalam satu saluran saat menonton televisi walaupun diselingi oleh iklan. Hal ini terlihat dalam Gambar 7.

Gambar 7. Perilaku Menonton Televisi



Sumber : Hasil penelitian

SIMPULAN

Pemirsa televisi di Denpasar dari hasil penelitian masih tergolong pemirsa televisi pada umumnya, di mana sebagian besar responden menonton televisi pada malam hari yakni pada pukul 18.00 hingga pukul 22.00. Hal ini dikarenakan sebagian besar responden melakukan aktivitas di siang hari seperti bekerja maupun kuliah, sehingga responden baru menonton televisi pada malam hari. Namun dari hasil penelitian juga didapatkan bahwa penonton televisi di Denpasar tidak termasuk dalam *heavy television viewer*. Sebagian besar dari pemirsa ternyata hanya menghabiskan waktu kurang dari tiga jam untuk menonton televisi.

Dari 80 responden di Denpasar, ternyata televisi masih tergolong media yang menjadi pilihan pertama dalam memenuhi kebutuhan responden akan informasi. Temuan baru dalam penelitian ini

adalah dengan dipilihnya internet sebagai media kedua dalam mencari informasi. Saluran televisi yang menjadi favorite adalah NET TV, di mana 23,2 persen responden mengatakan memilih saluran NET TV sebagai saluran pilihan mereka. Berikutnya adalah saluran ANTV, yakni 15,9 persen responden mengatakan memilih saluran ANTV ini sebagai saluran pilihan mereka.

Program yang paling digemari, ternyata program sinetron menjadi program favorit pemirsa televisi di Bali ini. Tercatat program sinetron menjadi program favorit dengan 25,7 persen responden memilih program sinetron menjadi program favorit atau pilihan pertama responden. Fungsi media massa adalah informatif, pengawasan, hiburan, dan edukasi. Namun ternyata responden masih memandang televisi sebagai media untuk mencari hiburan. Hal ini terlihat di mana sebagian besar responden yakni 82,9 persen responden mengungkapkan motivasi untuk menonton televisi adalah hiburan.

Dari hasil penelitian diketahui ternyata penonton televisi di Denpasar memiliki kebiasaan untuk berpindah saluran saat iklan, sebesar 42,9 persen responden mengatakan memiliki kebiasaan ini. Namun ternyata masih terdapat pemirsa yang tergolong setia dalam menonton televisi di mana tidak berpindah saluran apabila sedang menonton televisi.

SARAN

Dengan masih tingginya ketergantungan pemirsa dengan televisi dibandingkan media lainnya, maka diharapkan isi program siaran televisi dapat lebih menjalankan fungsinya dalam mendidik pemirsa dan informatif. Sedangkan pada perkembangannya isi program siaran televisi masih banyak yang mengandung kekerasan, mimpi atau khayalan belaka yang dapat menjerumuskan pemirsa penontonnya. Untuk pihak keluarga juga sebaiknya lebih banyak mendampingi anak-anak dalam mengkonsumsi televisi.

REFERENSI

- Bailey, Kenneth D. 1994. *Methods of Social Research*. USA: The Free Press.
- Bungin, Burhan. 2009. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Bungin, Burhan. 2007. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media Group.
- LPPM Universitas Udayana. 2012. *Riset Program Siaran TVRI di Bali*. Denpasar : Universitas Udayana.
- Miles, M.B., & Huberman, A.M. 1992. *Qualitative data analysis: A sourcebook of New Methods*. Beverly Hills: Sage Publications.
- Ras Amanda. 2012. *Pola Konsumsi Siaran TVRI di Bali*. Laporan Penelitian UPPF FISIP Udayana
- Sendjaja, S. Djuarsa. 1994. *Teori Komunikasi*. Jakarta : Universitas Terbuka.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutaryo, 2005. *Sosiologi Komunikasi*. Yogyakarta: Arti Bumi Intaran.