

BAB II PENDEKATAN TEORITIS

2.1. Tinjauan Pustaka

2.1.1. Pengertian Komunikasi Massa

Dari beberapa definisi yang telah dirumuskan oleh para ahli, Rakhmat (2004) menyimpulkan bahwa komunikasi massa adalah jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonim melalui media cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat. Menurut McQuail (1987) pengertian komunikasi massa terutama dipengaruhi oleh kemampuan media massa untuk membuat produksi massal dan untuk menjangkau khalayak dalam jumlah yang besar. Menurut McQuail (1987), ciri-ciri utama komunikasi massa yaitu:

1. Sumber komunikasi massa bukanlah satu orang melainkan suatu organisasi formal.
2. Pesan tidak unik dan beraneka ragam serta dapat diperkirakan. Pesannya diproses, distandarisasi, dan selalu diperbanyak. Pesan merupakan sebuah produk yang mempunyai nilai tukar, serta acuan simbolik yang mengandung nilai kegunaan.
3. Hubungan antara pengirim dan penerima pesan bersifat satu arah dan jarang sekali yang bersifat interaktif.

2.1.2. Efek Komunikasi Massa

DeFleur dan Ball-Rokeach (1975) mengemukakan tiga kerangka teoritis yang berkaitan dengan penggunaan media dan efek terhadap khalayak, sebagai berikut:

1. Perspektif perbedaan individu, yaitu adanya perbedaan individu (karakteristik kepribadian) di antara khalayak akan menimbulkan efek yang bervariasi.
2. Perspektif kategori sosial, yaitu adanya kelompok-kelompok dengan kategori sosial tertentu seperti umur, jenis kelamin, tingkat pendidikan, mempunyai kecenderungan untuk menggunakan media massa yang sesuai dengan tujuan suatu kelompok dengan kategori sosial tertentu dan

umumnya kelompok dengan kategori sosial tertentu tersebut mempunyai perilaku yang sama terhadap media massa.

2.1.3. Televisi dan Perkembangan Televisi Lokal

Menurut Setyobudi (2004) yang dikutip oleh Shanti (2008) televisi dapat diartikan sebagai pemancar televisi yang berfungsi untuk mengubah dan memancarkan sinyal-sinyal gambar (*view*) bersama-sama dengan sinyal suara sehingga sinyal-sinyal tersebut dapat diterima oleh pesawat televisi penerima pada jarak yang jauh. Televisi merupakan media massa yang memiliki kelebihan dibandingkan dengan media massa lainnya yaitu sifatnya yang audiovisual. Menurut Hoffman (1999), terdapat lima fungsi televisi, yaitu:

1. Pengawasan situasi masyarakat dan dunia
Mengamati kejadian di dalam masyarakat dan kemudian melaporkannya sesuai dengan kenyataan yang ditemukan.
2. Menghubungkan satu dengan yang lainnya
Menurut Neil Postman televisi tidak berkesinambungan. Akan tetapi, televisi menyerupai sebuah mosaik dapat saja menghubungkan hasil pengawasan satu dengan hasil pengawasan lain yang lebih gampang dari pada sebuah dokumen tertulis.
3. Menyalurkan kebudayaan
Televisi tidak hanya mencari, tetapi juga ikut mengembangkan kebudayaan. Kebudayaan yang dikembangkan oleh televisi merupakan tujuan tanpa pesan khusus didalamnya.
4. Hiburan
Sekarang ini hiburan semakin diakui sebagai kebutuhan manusia. Hiburan merupakan rekreasi, artinya berkat hiburan manusia menjadi segar untuk kegiatan-kegiatan yang lain.
5. Pengerahan masyarakat untuk bertindak dalam keadaan darurat
Dalam keadaan darurat, televisi harus proaktif memberi motivasi dan menganjurkan supaya orang mau membantu secara preventif.
Televisi merupakan salah satu bentuk komunikasi massa yang banyak digunakan oleh masyarakat untuk mengakses informasi karena kelebihanannya yang

bersifat audiovisual yang tidak dimiliki oleh media massa yang lain. Seiring perkembangan zaman, stasiun televisi tidak lagi tersentralistik di pusat tetapi sudah merambah ke daerah-daerah dalam bentuk televisi lokal. Walaupun media massa lokal telah menjadi bagian dari kebutuhan hidup sebagian besar masyarakat, namun penggunaannya tampak masih selektif dan diskriminatif (Andre Hardjana, 1994 yang dikutip Sucipto, 1998). Pada umumnya warga masyarakat berpendidikan tertentu atau berkondisi sosial tertentu berkepentingan untuk menikmati media cetak. Sementara itu, media massa elektronika (radio dan televisi) tidak mengenal diskriminasi sosial ekonomi masyarakat, namun selektif berdasarkan isi acara disatu pihak dan minat serta perhatian khalayak di pihak lain.

Menurut Mulyana (2008) menyatakan bahwa pengertian pers lokal adalah pers yang dibangun oleh dan untuk orang-orang lokal (kota, kabupaten, propinsi, wilayah yang dihuni oleh suatu kelompok suku, dalam suatu wilayah geografis yang lebih besar). Menurut Alfitri *et al.* (1997) yang dikutip oleh Hardjana (1998), keberadaan media massa lokal atau pers lokal ini dapat dikenali ciri-cirinya sebagai berikut:

- a. Media massa ini dikelola oleh organisasi yang berasal dari masyarakat setempat.
- b. Isi media massa lokal mengacu dan menyesuaikan diri pada kebutuhan dan kepentingan masyarakat setempat.
- c. Isi media massa lokal sangat mementingkan berita-berita tentang berbagai peristiwa, kegiatan, masalah, dan personalia atau tokoh-tokoh pelaku masyarakat setempat.
- d. Khalayak media massa lokal terbatas pada masyarakat sewilayah dengan tempat kedudukan media massa itu.
- e. Khalayak media massa lokal umumnya kurang bervariasi dalam struktur ataupun diferensiasi sosial bila dibandingkan dengan khalayak media massa nasional.

Keseriusan dalam mengelola televisi lokal ini tercermin dengan dibentuknya Asosiasi Televisi Lokal Indonesia (ATVLI), sebuah organisasi tempat bergabungnya televisi lokal yang berdiri pada 26 Juli 2002. ATVLI

melalui televisi-televisi lokal yang menjadi anggotanya berupaya untuk selalu membangun industri penyiaran lokal bersama masyarakat, tak terkecuali hingga pelosok negeri ini. Saat ini anggota ATVLI sebanyak 29 televisi lokal yaitu: Riau TV, Batam TV, Sri Junjungan TV-Bengkalis, JAKTV-Jakarta, Jogja TV, TV Borobudur-Semarang, JTV-Surabaya, Bali TV, Lombok TV, Publik Khatulistiwa TV-Bontang, Gorontalo TV, Makassar TV, Terang Abadi TV-Surakarta, Bandung TV, O'Channel-Jakarta, Space Toon TV Anak-Jakarta, Cahaya TV-Banten, Megaswara TV-Bogor, Cakra TV-Semarang, Cakra Buana Channel-Depok, Pal TV-Palembang, Kendari TV, Tarakan TV, Manajemen Qolbu TV-Bandung, Ratih TV-Kebumen, Ambon TV, Sriwijaya TV-Palembang, Aceh TV dan Padjadjaran TV-Bandung. Selain 29 televisi lokal yang menjadi anggota ATVLI, jumlah televisi lokal di Indonesia hingga tahun 2009 diperkirakan telah mencapai ratusan televisi lokal yang tersebar di seluruh Indonesia.

2.1.4. Motivasi Menonton Televisi

Di dalam psikologi, sering dibedakan antara motif dan motivasi. Menurut Sherif dan C.W Sherif (1956) yang dikutip oleh Sarwono (1999) menyatakan bahwa motif adalah istilah generik yang meliputi semua faktor internal yang mengarah ke berbagai jenis perilaku yang bertujuan, semua pengaruh internal seperti kebutuhan (*needs*) yang berasal dari fungsi-fungsi organisme, dorongan, dan keinginan, aspirasi, dan selera sosial yang bersumber dari fungsi-fungsi tersebut sedangkan menurut Meilani (2007) menyatakan bahwa motivasi sebagai proses psikologis diakibatkan oleh dua faktor, yaitu faktor intrinsik dan faktor ekstrinsik. Faktor intrinsik adalah faktor yang berasal dari dalam diri seseorang sedangkan faktor ekstrinsik adalah faktor yang berasal dari luar individu.

Menurut McQuail (1991) menyatakan bahwa kebutuhan, motif, penggunaan media, dan fungsi media saling berhubungan sedemikian rupa sehingga kebutuhan manusia tersebut menciptakan upaya pemenuhan kebutuhan. Sejumlah harapan dianggap akan dapat dipenuhi dengan cara mengkonsumsi media massa atau dengan sejumlah alternatif fungsional lainnya. Motivasi penggunaan media atau fungsi media bagi individu adalah sebagai berikut:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

1. Informasi

Motivasi ini berkaitan dengan usaha untuk:

- a) Mencari berita tentang peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan terdekat, masyarakat dan dunia;
- b) Mencari bimbingan menyangkut berbagai masalah praktis, pendapat, dan hal-hal yang berkaitan dengan penentuan pilihan;
- c) Memuaskan rasa ingin tahu dan minat umum; dan
- d) Memperoleh rasa damai melalui penambahan pengetahuan.

2. Identitas Pribadi

Motivasi ini berkaitan dengan usaha untuk:

- a) Menemukan penunjang nilai-nilai pribadi;
- b) Mengidentifikasi diri dengan nilai-nilai lain (dalam media); dan
- c) Meningkatkan pemahaman tentang diri sendiri.

3. Integritas dan Interaksi Sosial

Motivasi ini berkaitan dengan usaha untuk:

- a) Memperoleh pengetahuan tentang keadaan orang lain, empati sosial;
- b) Mengidentifikasi diri dengan orang lain dan meningkatkan rasa memiliki;
- c) Menemukan bahan percakapan dan interaksi sosial;
- d) Membantu menjalankan peran sosial; dan
- e) Memungkinkan seseorang untuk dapat menghubungi sanak keluarga, teman, masyarakat.

4. Hiburan

Motivasi ini berkaitan dengan usaha untuk:

- a) Melepaskan diri atau terpisah dari permasalahan;
- b) Bersantai;
- c) Memperoleh kenikmatan jiwa dan estetis; dan
- d) Mengisi waktu.

Motif individu menggunakan suatu media massa tidak sama. Menurut Novarinda (2009) faktor intrinsik yang berpengaruh terhadap motivasi menonton televisi lokal yaitu usia, jenis kelamin, jenis pekerjaan, tingkat pendidikan, dan asal etnis. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Dennis McQuail dan Michael

Gurevits seperti yang dikutip oleh Blumler (dalam Damayanti, 2004), menunjukkan bahwa:

1. Motif khalayak laki-laki menggunakan media massa terutama untuk pengawasan lingkungan dan keingintahuan, sedangkan motif wanita untuk hiburan.
2. Motif khalayak berusia lebih tua menggunakan media televisi massa terutama untuk pengawasan lingkungan dan identitas pribadi, sedangkan khalayak yang berusia muda untuk hiburan.
3. Motif khalayak berpendidikan tinggi menggunakan media massa terutama untuk pengawasan lingkungan dan keingintahuan, sedangkan motif khalayak berpendidikan rendah adalah untuk hiburan dan identitas pribadi.

2.1.5. Perilaku Menonton Televisi

Menurut DeFleur *et.al* (1982) ada tiga perilaku dalam menonton televisi yaitu: (1) Pilihan acara yang ditonton; (2) Frekuensi menonton, dan (3) Durasi menonton.

2.1.6. Khalayak

Cangara (1998) menyebutkan bahwa khalayak bisa disebut dengan istilah penerima, sasaran, pembaca, pendengar, pemirsa, audience, *decoder*, atau komunikan. Khalayak adalah salah satu aktor dari proses komunikasi, karena itu unsur khalayak tidak boleh diabaikan karena berhasil atau tidaknya suatu proses komunikasi sangat ditentukan oleh khalayak. Khalayak dalam studi ilmu komunikasi berupa individu, kelompok, dan masyarakat. Salah satu aspek yang harus diketahui oleh komunikator terhadap khalayaknya adalah aspek sosiodemografik yang terdiri dari: jenis kelamin, usia, lokasi, tingkat pendidikan, agama, pekerjaan. Faktor-faktor yang mendukung terjadinya proses komunikasi:

1. Penerima:
 - a. Keterampilan berkomunikasi;
 - b. Kebutuhan;
 - c. Tujuan yang diinginkan;
 - d. Sikap, nilai, kepercayaan dan kebiasaan-kebiasaan;

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

- e. Kemampuan untuk menerima; dan
- f. Kegunaan pesan.
2. Pesan:
 - a. Tipe dan model pesan;
 - b. Karakteristik dan fungsi pesan;
 - c. Struktur pengeloan pesan; dan
 - d. Kebaharuan (aktualisasi pesan).
3. Sumber:
 - a. Kredibilitas dan kompetensi dalam bidang yang disampaikan;
 - b. Kedekatan dengan penerima;
 - c. Motivasi dan perhatian;
 - d. Kesamaan dengan penerima;
 - e. Cara penyampaian; dan
 - f. Daya tarik.

Menurut Testiandini (2006) karakteristik individu berkaitan dengan penggunaan media massa yaitu, jenis kelamin, umur, dan tingkat pendidikan. Termasuk didalamnya penggunaan media televisi. Jenis kelamin merupakan salah satu variabel yang mempengaruhi perilaku individu dalam menonton. Pria lebih banyak menonton acara yang bersifat informasi dan hiburan 'action', sementara perempuan lebih tertarik pada acara hiburan, drama, komedi, dan kuis. DeFleur *et al.* (1982) menjelaskan bahwa perilaku menonton televisi berjalan seiring dengan bertambahnya umur seseorang. Seorang mulai tertarik menonton televisi pada usia tiga tahun dan semakin bertambah umur maka waktu yang dicurahkan untuk menonton televisi semakin besar, sampai usia mereka mencapai 12 tahun. Ketika mereka telah mencapai usia tersebut kebiasaan ini akan berkurang, hingga mereka tumbuh dewasa.

Tingkat pendidikan merupakan salah satu indikator karakteristik individu yang diperkirakan akan mempengaruhi perilakunya dalam menonton televisi. Rogers (1998) menyatakan bahwa orang yang pendidikan dan intelegensinya tinggi mempunyai banyak informasi sehingga sulit untuk dipengaruhi. Hasil penelitian Bajari (1995) yang dikutip oleh Testiandini (2006) menunjukkan bahwa pendidikan dan tanggung jawab pekerjaan profesional yang lebih tinggi akan

memilih pilihan acara yang berbeda. Ia juga menemukan bahwa semakin tinggi tingkat pendidikan responden maka kebutuhan untuk memperoleh informasi dari televisi juga akan semakin besar.

Menurut Sudarsono (1997) yang dikutip oleh Testiandini (2006), perbedaan mata pencaharian khalayak menyebabkan perbedaan daya beli, pola pemanfaatan waktu luang dan reaksi sehingga mempengaruhi pola pemilihan acara dan tentunya efeknya akan berbeda pula. Berkaitan dengan tujuan dari penelitian, pernyataan Sudarsono tersebut dapat memperkuat dugaan bahwa seseorang yang memiliki jam kerja sedikit akan memiliki waktu luang yang banyak cenderung akan menggunakan waktu kosongnya untuk beristirahat daripada menonton televisi.

Kurniasih (2006) menyatakan bahwa lingkungan sosial yang terdiri dari teman dan keluarga diduga mempengaruhi perilaku seseorang dalam menonton televisi. Semakin sering keluarga menonton televisi maka semakin sering pula seseorang dalam menonton televisi. Teman juga berhubungan dengan perilaku remaja dalam menonton televisi karena teman sepermainan yang sering menonton televisi dan menjadikannya bahan pembicaraan maka akan membuat seseorang tertarik untuk ikut menonton.

2.1.7. Penilaian terhadap Media Televisi

Salah satu penelitian yang dilakukan oleh Yayasan SET¹, Yayasan TIFA², IJTI³, The Habibie Center⁴, LSPR⁵ yang berjudul Menuju Televisi yang Ramah Keluarga, menyatakan bahwa Kualitas yang diukur dalam risetnya adalah kualitas dalam arti sosial yaitu kegunaan atau fungsi dari suatu program acara bagi masyarakat pemirsa. Riset ini tidak masuk dalam ranah estetis, menilai kualitas suatu program acara dari aspek teknis artistik suatu acara, misalnya tata pengambilan gambar, cerita, skenario, akting para pemain dan sebagainya.

¹ *Technology Esthetics and Science.*

² Lembaga yang bertujuan untuk memperkuat masyarakat sipil di Indonesia, sebagai sarana menuju demokrasi dan untuk menyiapkan pemberdayaan rakyat untuk menghadapi berbagai tantangan.

³ Ikatan Jurnalisme Televisi Indonesia.

⁴ Yayasan pembinaan, pengembangan sumber daya manusia dalam ilmu pengetahuan dan teknologi.

⁵ *London School of Public Speaking.*

Kualitas dalam riset ini dilihat dari sejauh mana suatu program telah memenuhi fungsi dan kegunaannya pada pemirsa, terlepas dari apakah suatu program acara itu secara estetis baik atau bukan.

2.2. Kerangka Pemikiran

Saat ini, keberadaan televisi tidak lagi sentralistik karena telah sampai di tingkat lokal. Satu-satunya televisi lokal yang terdapat di Bogor adalah Megaswara TV. Sebelum berprilaku untuk menonton, diduga seseorang memiliki motivasi menonton. Menurut McQuail (1991) motivasi ini terdiri dari informasi, identitas pribadi, integrasi dan interaksi sosial, dan hiburan. Motivasi informasi berkaitan dengan kebutuhan individu untuk mendapatkan informasi mengenai informasi dan kejadian aktual yang terjadi di Bogor. Motivasi identitas pribadi berkaitan dengan kebutuhan individu untuk mengidentifikasikan diri dengan nilai-nilai lokal. Motivasi integrasi dan interaksi sosial berkaitan dengan kebutuhan individu untuk melakukan interaksi dengan masyarakat lain dan mengetahui kondisi masyarakat lain melalui televisi lokal. Motivasi hiburan berkaitan dengan kebutuhan individu untuk mendapatkan hiburan, khususnya hiburan lokal.

Diduga, motivasi seseorang dalam menonton program Megaswara TV dilatarbelakangi oleh faktor intrinsik dan faktor ekstrinsik. Faktor intrinsik terdiri dari usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, status pekerjaan, dan etnis. Faktor ekstrinsik terdiri dari teman dan keluarga juga diduga mempengaruhi motivasi seseorang dalam menonton Megaswara TV. Hal ini juga didukung oleh Meilani (2007) yang menyatakan bahwa motivasi sebagai proses psikologis diakibatkan oleh dua faktor, yaitu faktor intrinsik dan faktor ekstrinsik. Motif individu dalam menggunakan suatu media massa tidak sama. Hasil penelitian yang dilakukan oleh McQuail dan Gurevits seperti yang dikutip oleh Blumler (dalam Damayanti, 2004), menunjukkan bahwa motif khalayak laki-laki menggunakan media massa adalah untuk pengawasan lingkungan dan keingintahuan, sedangkan motif wanita untuk hiburan, motif khalayak berusia lebih tua menggunakan media televisi massa terutama untuk pengawasan lingkungan dan identitas pribadi, sedangkan khalayak yang berusia muda untuk hiburan, motif khalayak berpendidikan tinggi menggunakan media massa terutama untuk pengawasan lingkungan dan

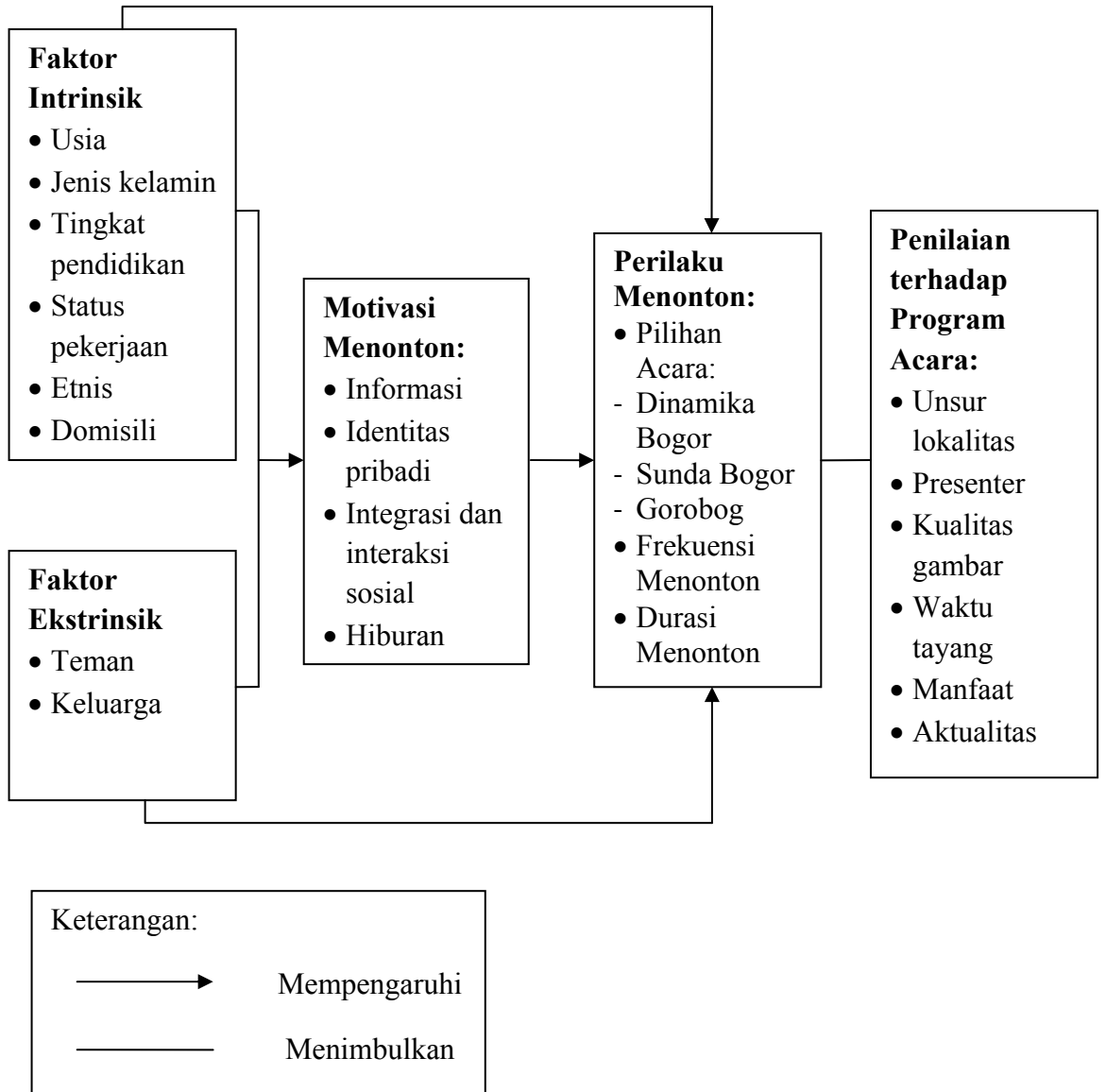


keingintahuan, sedangkan motif khalayak berpendidikan rendah adalah untuk hiburan dan identitas pribadi, motif khalayak berstatus sosial menengah menggunakan media massa terutama untuk pengawasan lingkungan, motif khalayak yang pekerjaannya beresiko tinggi menggunakan media massa terutama untuk keingintahuan dan identitas pribadi.

Motivasi yang tertanam dalam diri individu diduga akan mempengaruhi perilaku seseorang menonton Megaswara TV. Perilaku seseorang dibagi menjadi perilaku menonton untuk memenuhi kebutuhan informasi, identitas pribadi, integrasi dan interaksi sosial dan hiburan dengan motivasi menonton sebagai variabel antara. Perilaku menonton ini dilihat dari pilihan acara yang ditonton (Dinamika Bogor, Sunda Bogor, Gorobog), frekuensi menonton, dan durasi menonton. Perilaku menonton ini juga diduga dipengaruhi oleh faktor intrinsik dan ekstrinsik khalayak. Jenis kelamin diduga berhubungan dengan perilaku remaja dalam menonton televisi lokal. Berdasarkan penelitian Untoro yang dikutip Testiandini (2006) pria lebih banyak menonton acara yang bersifat informasi dan hiburan ‘*action*’, sementara perempuan lebih tertarik pada acara hiburan, drama, komedi, dan kuis. Umur diduga mempengaruhi perilaku individu dalam menonton, seorang mulai tertarik menonton televisi pada usia tiga tahun dan semakin bertambah umur maka waktu yang dicurahkan untuk menonton televisi semakin besar, sampai usia mereka mencapai 12 tahun. Ketika mereka telah mencapai usia tersebut kebiasaan ini akan berkurang, hingga mereka tumbuh dewasa. Hasil penelitian Bajari (1995) yang dikutip oleh Testiandini (2006) menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pendidikan responden maka kebutuhan untuk memperoleh informasi dari televisi juga akan semakin besar. Menurut Kurniasih (2006), lingkungan sosial yang terdiri dari teman dan keluarga diduga mempengaruhi perilaku seseorang dalam menonton televisi.

Perilaku menonton Megaswara TV diduga akan menciptakan penilaian khalayak terhadap program acara Megaswara TV yang merupakan efek dari perilaku menonton tersebut. Penilaian ini terkait dengan beberapa aspek, yaitu unsur lokalitas, presenter, kualitas gambar, waktu tayang, manfaat, aktualitas.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran Operasional

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

2.3. Hipotesa

1. Diduga terdapat hubungan antara faktor intrinsik dan ekstrinsik khalayak dengan motivasi menonton Megaswara TV.
2. Diduga terdapat hubungan antara motivasi khalayak dengan perilaku menonton Megaswara TV.
3. Diduga terdapat hubungan antara faktor intrinsik dan ekstrinsik khalayak dengan perilaku menonton Megaswara TV.

2.4 Definisi Operasional

1. Faktor intrinsik adalah faktor yang melekat dalam diri responden yang diduga menimbulkan motivasi dalam menonton Megaswara TV. Variabel ini diukur dengan beberapa indikator, yaitu jenis kelamin, umur, tingkat pendidikan, jenis pekerjaan dan etnis.
2. Jenis kelamin adalah perbedaan individu berdasarkan kondisi biologis.
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
3. Usia adalah jumlah tahun sejak responden lahir sampai dengan saat dilaksanakan penelitian.
4. Status pekerjaan adalah kegiatan responden yang dilakukan sehari-hari. Dalam penelitian ini dibagi menjadi bekerja, tidak bekerja, dan pelajar.
5. Bekerja adalah kegiatan utama responden yang menghasilkan uang.
6. Tidak bekerja adalah kondisi dimana responden tidak memiliki kegiatan yang menghasilkan uang.
7. Pelajar adalah kegiatan utama responden berupa sekolah di sebuah lembaga pendidikan.
8. Tingkat pendidikan adalah kondisi yang menggambarkan tingkat pendidikan formal akhir yang pernah ditempuh oleh responden.
9. Etnis adalah asal daerah responden yang juga berhubungan dengan latar belakang keluarganya.
10. Domisili adalah daerah tempat tinggal responden. Dalam penelitian ini domisili dibagi menjadi dua daerah yaitu Kelurahan Bojong Rangkas dan Tegal Gundil.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

11. Faktor ekstrinsik adalah faktor yang melekat di luar diri responden yang diduga menimbulkan motivasi responden menonton Megaswara TV. Variabel ini diukur dari dua indikator yaitu keluarga dan teman.
12. Keluarga adalah suatu hubungan yang terdiri dari ayah, ibu dan anak yang memiliki hubungan darah dan tinggal dalam satu atap rumah. Hal ini diidentifikasi dengan pertanyaan-pertanyaan yaitu:
 - a. Keluarga sering menonton Megaswara TV.
 - b. Menonton Megaswara TV karena mengikuti keluarga yang menonton Megaswara TV.
 - c. Menonton Megaswara TV karena keluarga mendukung menonton Megaswara TV.
 - d. Menonton Megaswara TV karena ditemani oleh keluarga.

Perhitungan skor untuk faktor ekstrinsik keluarga adalah sebagai berikut: responden menjawab “Ya” untuk pernyataan diberi skor 1, responden menjawab “Tidak” untuk satu pernyataan diberi skor 0, kemudian skor untuk setiap pernyataan tersebut dijumlahkan. Skor total akan disebut sebagai skor Faktor ekstrinsik keluarga. Skor ini berkisar antara 0-4 dan dikategorikan sebagai berikut:

- a. 0-1 : Lemah
 - b. 2-4 : Kuat
13. Teman adalah suatu hubungan antara individu satu dengan individu lain yang saling mempengaruhi satu sama lain. Hal ini diidentifikasi dengan pertanyaan-pertanyaan yaitu:
 - a. Teman sering menonton Megaswara TV.
 - b. Menonton Megaswara TV karena mengikuti teman yang menonton Megaswara TV.
 - c. Teman sering membicarakan tentang program acara yang ditayangkan Megasawara TV, sehingga menjadi tertarik untuk menontonnya.
 - d. Menonton Megaswara TV agar ada bahan obrolan dengan teman.

Perhitungan skor untuk faktor ekstrinsik teman adalah sebagai berikut: responden menjawab “Ya” untuk pernyataan diberi skor 1, responden menjawab “Tidak” untuk satu pernyataan diberi skor 0, kemudian skor

untuk setiap pernyataan tersebut dijumlahkan. Skor total akan disebut sebagai skor ekstrinsik teman. Skor ini berkisar antara 0-4 dan dikategorikan sebagai berikut:

- a. 0-1 : Lemah
- b. 2-4 : Kuat

14. Motivasi menonton adalah hal-hal atau faktor yang menyebabkan seseorang untuk tertarik menonton program acara Megaswara TV (Dinamika Bogor/Sunda Bogor/Gorobog/ketiganya). Motivasi ini dibagi menjadi empat, yaitu informasi, identitas pribadi, integrasi dan interaksi sosial, dan hiburan.
15. Motivasi informasi adalah hal-hal yang menyebabkan responden tertarik menyaksikan program acara Megaswara TV (Dinamika Bogor/Sunda Bogor/Gorobog/ketiganya) untuk mendapatkan informasi khususnya informasi lokal. Hal ini diidentifikasi dengan pertanyaan berikut:
- a. Untuk mencari berita tentang peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan Bogor.
 - b. Untuk mendapatkan pengetahuan tertentu yang tidak didapatkan media lainnya.
 - c. Untuk memuaskan rasa ingin tahu mengenai hal-hal tertentu yang berkaitan dengan Bogor.

Perhitungan skor untuk motivasi informasi adalah sebagai berikut: responden menjawab “Ya” untuk pernyataan diberi skor 1, responden menjawab “Tidak” untuk satu pernyataan diberi skor 0, kemudian skor untuk setiap pernyataan tersebut dijumlahkan. Skor total akan disebut sebagai skor motivasi informasi. Skor motivasi informasi berkisar antara 0-3 dan dikategorikan sebagai berikut:

- a. 0-1 : Lemah
- b. 2-3 : Kuat

16. Motivasi identitas pribadi adalah hal-hal yang menyebabkan responden tertarik menyaksikan program acara Megaswara TV (Dinamika Bogor/Sunda Bogor/Gorobog/ketiganya) untuk memperkuat identitas pribadi dari nilai-nilai yang didapat dari program acara yang ditayangkan,

khususnya nilai-nilai lokal. Hal ini diidentifikasi dengan pertanyaan berikut:

- a. Untuk lebih memahami percakapan bahasa sunda sebagai bahasa lokal di Bogor.
- b. Agar diri sendiri lebih memahami kebudayaan lokal.
- c. Untuk menemukan petunjuk tentang nilai dan peran yang diharapkan masyarakat.

Perhitungan skor untuk motivasi identitas pribadi adalah sebagai berikut: responden menjawab “Ya” untuk pernyataan diberi skor 1, responden menjawab “Tidak” untuk satu pernyataan diberi skor 0, kemudian skor untuk setiap pernyataan tersebut dijumlahkan. Skor total akan disebut sebagai skor motivasi informasi. Skor motivasi identitas pribadi berkisar antara 0-3 dan dikategorikan sebagai berikut:

- a. 0-1 : Lemah
- b. 2-3 : Kuat

17. Motivasi integrasi dan interaksi sosial adalah hal-hal yang menyebabkan responden tertarik menyaksikan program acara Megaswara TV (Dinamika Bogor/Sunda Bogor/Gorobog/ketiganya) untuk kepentingan hubungan sosial dan interaksi dengan orang lain. Hal ini diidentifikasi dengan pertanyaan berikut:

- a. Untuk memperoleh pengetahuan tentang keadaan orang lain di Kota Bogor.
- b. Untuk menemukan bahan percakapan untuk berinteraksi dengan keluarga, teman, dan orang lain.
- c. Untuk mendapatkan kesempatan untuk berkumpul dengan keluarga/teman/ orang lain.

Perhitungan skor untuk motivasi identitas pribadi adalah sebagai berikut: responden menjawab “Ya” untuk pernyataan diberi skor 1, responden menjawab “Tidak” untuk satu pernyataan diberi skor 0, kemudian skor untuk setiap pernyataan tersebut dijumlahkan. Skor total akan disebut sebagai skor motivasi integrasi dan interaksi sosial. Skor motivasi integrasi dan interaksi sosial berkisar antara 0-3 dan dikategorikan sebagai berikut:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

- a. 0-1 : Lemah
 - b. 2-3 : Kuat
18. Motivasi hiburan adalah hal-hal yang menyebabkan responden tertarik untuk menyaksikan program acara Megaswara TV (Dinamika Bogor/Sunda Bogor/ Gorobog/ketiganya) untuk melepaskan diri dari kondisi yang tidak menyenangkan dengan kata lain untuk mendapatkan hiburan. Hal ini diidentifikasi dengan pertanyaan berikut:
- a. Untuk bersantai.
 - b. Untuk mengisi waktu luang.
 - c. Untuk melepaskan diri dari masalah yang sedang dihadapi.
- Perhitungan skor untuk motivasi identitas pribadi adalah sebagai berikut: responden menjawab “Ya” untuk pernyataan diberi skor 1, responden menjawab “Tidak” untuk satu pernyataan diberi skor 0, kemudian skor untuk setiap pernyataan tersebut dijumlahkan. Skor total akan disebut sebagai skor motivasi hiburan. Skor motivasi hiburan berkisar antara 0-3 dan dikategorikan sebagai berikut:
- a. 0-1 : Lemah
 - b. 2-3 : Kuat
19. Perilaku menonton adalah tindakan responden dalam menonton tiga program acara diukur dari pilihan acara, frekuensi menonton, dan durasi menonton.
20. Pilihan acara adalah pilihan program acara yang dipilih khlayak sesuai dengan motivasinya.
- a. Dinamika Bogor (Berita seputar Bogor)
 - b. Sunda Bogor (Dialog mengenai kebudayaan bogor)
 - c. Gorobog (Lawak sunda)
21. Frekuensi menonton adalah intensitas atau tingkat keseringan responden dalam menonton program acara Megaswara TV (Dinamika Bogor/Sunda Bogor/ Gorobog/ketiganya) dalam satu minggu. Diukur dari tingkat keseringan menonton acara tersebut, dan dikategorikan menjadi:
Program Dinamika Bogor. Program ini ditayangkan setiap hari dari pukul 21.00-21.30 WIB.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

- a. Rendah (tidak pernah atau < 3 kali dalam satu minggu)
- b. Tinggi (3-7 kali dalam satu minggu)

Program Sunda Bogor. Program ini ditayang dua kali dalam seminggu yaitu hari kamis dan minggu pukul 19.30-20.30 WIB

- a. Rendah (tidak pernah atau 1 kali dalam seminggu)
- b. Tinggi (2 kali dalam seminggu)

Program Gorobog. Program ini ditayangkan dua kali dalam seminggu yaitu hari kamis dan minggu pukul 20.30-21.00 WIB.

- a. Rendah (tidak pernah atau satu kali dalam seminggu)
- b. Tinggi (2 kali dalam seminggu)

22. Durasi menonton adalah total waktu rata-rata yang digunakan responden untuk menonton program acara Megaswara TV (Dinamika Bogor/Sunda Bogor/ Gorobog/ketiganya) dalam sekali penayangan, yaitu:

Program Dinamika Bogor. Program Dinamika Bogor ditayangkan setiap hari dari pukul 21.00-21.30 WIB

- a. Rendah (<15 menit)
- b. Tinggi (15-30 menit)

Program Sunda Bogor. Program Sunda Bogor ditayang dua kali dalam seminggu yaitu hari kamis dan minggu pukul 19.30-20.30 WIB

- a. Rendah (<20 menit)
- b. Tinggi (20-60 menit)

Program Gorobog. Program Gorobok ditayangkan dua kali dalam seminggu yaitu hari kamis dan minggu pukul 20.30-21.00 WIB

- a. Rendah (<15 menit)
- b. Tinggi (15-30 menit)

23. Penilaian adalah respon responden terhadap tiga program acara Megaswara TV (Dinamika Bogor/Sunda Bogor/Gorobok/ketiganya). Variabel ini terdiri dari beberapa indikator yaitu unsur lokalitas, presenter, kualitas gambar, waktu tayang, manfaat, dan aktualitas.

24. Unsur lokalitas adalah unsur-unsur yang menyangkut tentang nilai-nilai lokal Bogor.

25. Presenter adalah orang yang memandu jalannya acara.

26. Kualitas gambar adalah kejelasan gambar yang tampil pada program acara yang ditayangkan.
27. Waktu tayang adalah waktu dimana program acara ditayangkan di televisi.
28. Manfaat adalah keuntungan yang diperoleh khalayak dari program acara yang disajikan.
29. Aktualitas adalah kebaruan informasi atau berita yang ditayangkan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.