

Alternatif pemilihan dan pola pengguna media televisi dalam era kompetisi (Studi kasus aplikasi pendekatan uses and gratification dalam mengatur perbandingan harapan dan tingkat kepuasan mahasiswa dari program tayangan TVRI dan Tv swasta)

Nurul Ikhsan, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20284654&lokasi=lokal>

Abstrak

Semenjak lahirnya beberapa stasiun televisi swasta di Indonesia, kecenderungan untuk memanjakan pemirsa dengan memberikan tayangan menarik, merupakan suatu keharusan guna bisa menjaring pemirsa sebanyak mungkin. Berbagai strategi diciptakan, guna bisa berkompetisi dengan lainnya. Dampaknya jika sebuah acara bisa menarik minat pemirsa maka hal ini diyakini akan memberikan pemasukan berupa iklan (bagi swasta) yang merupakan sumber penghasilannya. Skripsi ini berusaha memberikan gambaran tingkat persaingan stasiun televisi, dari sisi harapan dan kepuasan yang diperoleh. Guna menunjang hal itu dipakai Teori Niche yang menjelaskan bahwa persaingan antar media massa dapat dianalogikan sebagai persaingan antara populasi makhluk hidup yang memiliki sumber penunjang kehidupan yang sama. Penerapan teori ini, dalam penelitian komunikasi massa dilaksanakan pada pendekatan Uses and Gratification. Sesungguhnya pendekatan ini menjabarkan bagaimana khalayak menggunakan media massa untuk memenuhi kebutuhan mereka yakni apa yang menjadi harapan dan apa yang diperoleh. Di sini terdapat sebuah penggabungan dengan teori Niche dalam mengamati tingkat persaingan antar stasiun TV dalam memanjakan pemirsa. Pengetahuan tentang superioritas dari Niche, dilaksanakan dalam mengetahui siapa yang unggul dalam melaksanakan hal tersebut. Hasil dari penelitian ini bahwa TVRI masih belum mampu menandingi superioritas RCTI, baik pada dimensi kognitif (informasi) dan Afektif (hiburan). Untuk TPI dalam tingkat perhatian mahasiswa belum begitu menguat. Superioritas antara SCTV, Antevision dan Indosiar bisa saling mengisi (interchangeability) baik dalam dimensi kognitif maupun afektif.