

Perilaku Masyarakat Desa Terpencil Menonton Tayangan Televisi

Abdul Rozak

Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta, Indonesia

Email: m.izzul.haq@uin-suka.ac.id

Abstrak. Pada tahun 2011, Kementerian Negara Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (Kemenneg PPPA) menginisiasi Kabupaten/Kota Layak Anak (KLA) sebagai suatu sistem pembangunan berbasis hak anak di level kabupaten atau kota melalui pengintegrasian komitmen dan sumberdaya pemerintah, masyarakat dan dunia usaha yang terencana secara menyeluruh dan berkelanjutan dalam kebijakan, program dan kegiatan untuk menjamin terpenuhinya hak anak. Penelitian dengan mengambil setting keterlibatan masyarakat dalam implementasi mewujudkan Kabupaten Layak Anak (KLA) di Kabupaten Sleman ini dimaksudkan sebagai upaya merekam proses peran serta masyarakat dalam upaya-upaya pemenuhan hak anak yang secara kelembagaan diintegrasikan dalam sebuah sistem pembangunan dengan tajuk KLA. Artikel ini melihat bentuk partisipasi masyarakat dalam rangka melihat sejauh mana keberlanjutan kebijakan KLA dengan bertumpu pada aktor masyarakat.

Kata kunci: partisipasi, kabupaten layak anak, Sleman

A. Pendahuluan

Kehadiran media massa dan teknologi informasi disadari atau tidak telah mengubah tatanan dunia dan kemasyarakatan. Media bukan saja mempengaruhi budaya masyarakat, tetapi juga menciptakan budayanya sendiri, yaitu budaya bermedia. Karena itulah sebagian pengamat menyebutnya sebagai globalisasi media, yang masuk ke rumah kita tanpa mengetuk pintu dan tanpa ada jendela yang rusak (Ibrahim, 2007: xviii), yang telah membawa nuansa budaya dan nilai yang mempengaruhi selera dan gaya hidup masyarakat. Ini senada dengan premis Marxis tentang posisi media massa dalam sistem kapitalisme modern sebagai kelas yang mengatur (Sudibyo, 2001), bukan sekedar medium lalu lintas pesan, melainkan juga berfungsi sebagai alat penundukan dan pemaksaan konsensus oleh kelompok yang secara ekonomi dan politik dominan.

Televisi merupakan salah satu media penting dalam masyarakat modern dengan merepresentasikan dirinya sebagai ruang publik utama yang turut menentukan dinamika sosial, politik, dan budaya. Televisi juga merupakan sumber utama khalayak untuk memperoleh informasi akan dunia sekitarnya. Ini menyebabkan televisi sebagai media yang memiliki kontribusi dalam mendefinisikan realitas kepada masyarakat. Televisi dapat mendefinisikan kehidupan seseorang sesuai dengan apa yang dianggap kapitalisme media bisa mendukung komoditas pemberitaan. Televisi telah menjadi wajah tirani baru, yang tidak hanya memediakan realitas real tapi telah mengkonstruksi realitas baru melampaui yang real, atau realitas semu. Televisi menghadirkan seperangkat citra, gagasan, dan evaluasi bagi penonton yang dapat

dijadikan acuan perilaku. Karena itulah, masyarakat menjadi tergantung kepada televisi sebagai sumber informasi bagi pengetahuan dan orientasi mengenai apa yang terjadi dalam masyarakat.

Kehadiran televisi mengubah pola hubungan dan komunikasi dalam masyarakat sebagaimana ditunjukkan Robert Putnam yang menggambarkan terjadinya penurunan dalam kapital sosial – jaringan, norma-norma, dan kepercayaan sosial - masyarakat sipil yang memungkinkan hubungan dengan orang lain yang saling menguntungkan. Penurunan tersebut tampak nyata dengan berkurangnya orang yang mengikuti jajak pendapat, menghadiri rapat umum politik, dan bahkan bergabung dalam tim boling. Putnam menduga penyebab penurunan dalam jenis-jenis keterlibatan warga tersebut adalah televisi. Data Putnam menunjukkan bahwa menyaksikan televisi berhubungan kuat dan negatif dengan keyakinan sosial dan keanggotaan kelompok. Dia menemukan bahwa dalam setiap tingkat pendidikan, pembaca berat surat kabar mempunyai kemungkinan untuk menjadi anggota perkumpulan sementara pemirsa televisi mempunyai kemungkinan untuk menjadi penyendiri (Severin dan Tankard, 2011: 319).

Apa yang dicatat Putnam juga terjadi pada masyarakat kita sebagaimana terlihat dari pergeseran bentuk-bentuk komunikasi dengan kehadiran televisi. Hubungan dan komunikasi antar pribadi yang sebelumnya mendominasi kehidupan masyarakat lambat laun berkurang frekuensi dan intensitasnya. Kegiatan gotong royong, kerja bakti, pertemuan, ataupun ceramah agama yang sebelumnya selalu dipenuhi dengan anggota masyarakat kini semakin surut, terlebih jika pada saat bersamaan televisi tengah menyajikan program acara yang menarik. Ini tidak hanya terjadi pada masyarakat perkotaan yang cenderung bergerak ke arah masyarakat patembayan, namun juga terjadi pada masyarakat desa yang kehidupan sosialnya banyak diwarnai oleh karakteristik paguyuban.

Berdasarkan hal ini peneliti tertarik melakukan penyelidikan tentang perilaku masyarakat desa terpencil Songbledeg Paranggupito Wonogiri Jawa Tengah dalam menonton tayangan televisi.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka fokus dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut: Bagaimana perilaku masyarakat Songbledeg Paranggupito Wonogiri sebagai penonton televisi. Persoalan ini meliputi: *Pertama*, berapa banyak alokasi waktu yang mereka gunakan untuk menonton televisi; *Kedua*, acara-acara apa saja yang paling banyak diminati; *Ketiga*, apa yang menjadi motivasi masyarakat untuk menonton televisi; dan *Keempat*, bagaimana tingkat kepuasan masyarakat Songbledeg terhadap acara-acara televisi ?

C. Tinjauan Pustaka

Menurut Melvin de Fleur dalam *Theories of Mass Communication* terbitan 1966 sebagaimana dikutip Sumaridia (2014), terdapat empat teori untuk menjelaskan pola interaksi media komunikasi massa dengan masyarakat dan budaya, yaitu: *teori perbedaan individu*, *teori penggolongan sosial*, *teori hubungan sosial*, dan *teori norma-norma budaya*.

Asumsi utama teori perbedaan individu menyatakan bahwa setiap orang akan menanggapi isi media massa berdasarkan kepentingannya disesuaikan dengan kepercayaan serta nilai-nilai sosial mereka. Karena itulah, pengaruh media terhadap individu akan berbeda satu sama lain disebabkan adanya perbedaan psikologis antar-individu. Teori penggolongan sosial menyatakan bahwa masyarakat yang memiliki sifat-sifat tertentu yang sama akan membentuk sikap yang sama pula dalam menghadapi rangsangan tertentu. Karena itulah terjadi segmentasi audiens media yang dimaksudkan untuk memenuhi minat, kebutuhan, dan kepentingan golongan tertentu dalam masyarakat. Teori hubungan sosial menyatakan bahwa arus informasi mengalir dari sumber informasi ke khalayak melalui dua tahap. Pertama, informasi dari media massa diterima oleh sejumlah individu yang cukup informasi. Kedua, informasi yang diterima dan diolah sesuai dengan tingkat intelektualitas oleh individu yang cukup

informasi tersebut disebarkan melalui saluran komunikasi antar-pribadi kepada orang-orang yang tidak memiliki akses terhadap media massa. Sementara itu teori norma-norma budaya lebih melihat bagaimana cara media massa memengaruhi perilaku sebagai produk budaya. Dalam hal ini ada tiga cara yang biasanya dilakukan. Pertama, pesan-pesan komunikasi massa dapat memperkokoh pola-pola budaya yang berlaku serta membimbing masyarakat agar yakin bahwa pola-pola tersebut masih tetap berlaku dan dipatuhi masyarakat. Kedua, media massa dapat menciptakan pola-pola budaya baru yang tidak bertentangan dengan pola budaya yang ada, bahkan menyempurnakannya, dan Ketiga, media massa dapat mengubah norma-norma budaya yang berlaku sehingga perilaku individu yang ada dalam masyarakat dengan sendirinya ikut berubah dan menyesuaikan diri dengan norma-norma budaya yang baru.

Berkaitan dengan peran televisi sebagai media massa, Dennis McQuail (2000) menyebut ada enam perspektif. Pertama, media adalah *window on event and experience* yang memungkinkan khalayak melihat apa yang sedang terjadi di dunia luar. Kedua, media adalah *mirror of event in society and the world, implying a faithful reflection* yang mencerminkan peristiwa yang ada di masyarakat dan merefleksikan apa adanya. Ketiga, media adalah *filter* atau *gatekeeper* yang menyeleksi berbagai hal untuk disampaikan kepada masyarakat dengan memilih isu yang layak disampaikan kepada masyarakat. Keempat, media adalah *guide* atau penunjuk jalan sekaligus penerjemah atas berbagai ketidak-pastian yang terjadi dalam masyarakat. Kelima, media merupakan forum untuk merepresentasikan berbagai gagasan kepada khalayak sehingga memungkinkan adanya tanggapan dan umpan balik. Keenam, media massa adalah *interlocutor* yang tidak hanya berfungsi sebagai moderator informasi, tetapi juga mitra komunikasi yang memungkinkan terjadinya komunikasi interaktif.

Kajian terhadap dampak televisi telah dilakukan sejak tahun 1948 sebagai akibat pemakaian media sebagai sarana propaganda pra dan selama Perang Dunia II. Puncak riset tertinggi tentang dampak televisi terjadi tahun 1990-an sebagai akibat semakin *terfragmentasinya* khalayak dan mulai berkembangnya digitalisasi. Salah satu persoalan yang banyak mendapat perhatian para pengamat adalah dampak negatif sebagai akibat dari tayangan televisi yang tidak mendidik dan cenderung hanya mengejar keuntungan material semata. Banyak hasil penelitian menunjukkan bahwa dampak televisi melalui tayangan berita kriminal dan film kekerasan mampu memengaruhi agresivitas khalayak. Dampak kekerasan media ini oleh Gerbner disebut sebagai "*mean world syndrome*". Melalui teori analisis kultivasinya, sebagaimana dikutip Hadi (2007), Gerbner menyatakan bahwa bagi para pecandu berat (*heavy viewers*) televisi, dunia ini cenderung dipercaya sebagai tempat yang buruk daripada mereka yang tidak termasuk pecandu berat (*light viewers*).

Penelitian mengenai interaksi antara televisi dan masyarakat sudah banyak dilakukan. Kajian tersebut melibatkan banyak kaitan dengan titik berat persoalan serta teori tertentu, antara lain pola penggunaan televisi dengan menggunakan teori *Uses and Gratification*, pengaruh dari mengkonsumsi tayangan program acara televisi tertentu, pola penggunaan televisi oleh kalangan audience/komunitas tertentu serta kaitannya dengan jalinan komunikasi antar pribadi di antara sesama warga komunitas, dan dampak dari keberadaan serta penggunaan televisi di kalangan warga komunitas tertentu.

Dari berbagai studi umumnya disepakati bahwa televisi membawa dampak perubahan dalam masyarakat dari yang kental bernuansa nilai-nilai tradisional ke nilai-nilai modern. Agrawal (2010), misalnya, meneliti kehadiran dan dampak televisi di kalangan perempuan pedesaan yang menekuni dunia pertanian berkenaan dengan kesadaran terhadap masalah kesehatan di India. Agrawal mengidentifikasi fungsi pokok dari penggunaan televisi yakni: *collection and extension of information, analysis of information* (analisis informasi), meningkatkan pengetahuan (termasuk pendidikan, nilai-nilai moral, masalah kesehatan), dan untuk mendapatkan hiburan (*recreation*). Berdasarkan studi tersebut, Agrawal menyimpulkan bahwa televisi lebih merupakan sarana untuk memperoleh hiburan, sementara ketiga fungsi pokok lainnya hanya memiliki kontribusi yang minimal.

Kritik terhadap program acara televisi yang dinilai menyimpang dilakukan oleh Astuti (2007). Melalui penelitiannya terhadap program sahur ramadhan enam stasiun televisi, dia menyimpulkan empat hal: Pertama, teks-teks program pengisi Sahur Ramadhan memperlihatkan kuatnya gejala infotainmentisasi dengan kecenderungan mengedepankan hiburan bukan informasi mengenai makna Ramadhan ataupun ibadah yang hakiki. Kedua, konsep tayangan *entertainment* didasari oleh mode produksi sukses program berupa *rating* dan *audience share* yang tinggi, sementara konsep tayangan yang serius didasarkan pada *audience satisfaction*. Ketiga, Kuatnya gejala *infotainmentisasi* program Sahur Ramadhan tampak karena sebagian besar agamawan ternyata menyepakati pemaknaan televisi, bahkan bersedia berkompromi. Keempat, Sebagai akibat dimarginalisasikannya agama saat berhadapan dengan televisi, maka muncullah konstruksi pemaknaan baru berkaitan makna dan eksistensi program religius di televisi. Berdasarkan keempat hal itulah, Astuti menunjukkan bahwa ketika wacana agama ditransfer ke medium televisi, agama tidak dijadikan *mode of being* dan *mode living*, melainkan telah direduksi menjadi *mode of having* dan *mode of doing*. Karena itulah untuk mereposisi agama mendekati kondisi ideal mutlak diperlukan ruang lebih besar daripada yang dapat disediakan televisi.

Pergeseran karakteristik institusional sebagai akibat kehadiran televisi yang lebih luas ditunjukkan oleh Pendakur dan Kapur (1997) sebagaimana dikutip Narendra (2008). Mereka melakukan kajian terhadap privatisasi televisi nasional India dengan menggunakan perspektif ekonomi politik untuk menentukan kasus. Penelitian tersebut didasarkan atas latar belakang bahwa liberalisasi dan privatisasi televisi di India yang dimulai tahun 1984 telah menjadi bagian integral program liberalisasi ekonomi pemerintah pada tahun 1994 dalam konteks imperialisme budaya dan ekonomi. Imperialisme tersebut menempatkan India sebagai “*a dependent capitalist economy*”, yang merupakan keputusan politik para borjuis India. Implikasi kebijakan tersebut membuat televisi di India tidak hanya tersedia secara nasional sebagai sumber hiburan kelas menengah di rumah melalui televisi kabel berlangganan, tetapi juga membuat karakteristik institusional televisi mengalami perubahan. Dalam waktu singkat, televisi yang pada mulanya dikuasai pemerintah dengan regulasi yang ketat dan ditujukan untuk hubungan-hubungan publik, diganti dengan jaringan kabel gaya Amerika.

Masih banyak penelitian tentang dampak media antara lain: “*Televisi dan Pergeseran Konsep Seks Normatif: Pengaruh Tayangan Pornomedia Televisi dan Agama Terhadap Sikap Seks Mahasiswa SI Kota Surabaya*” yang dilakukan oleh Megawati Wahyudianta (2007); “*Television Impact on Values and Local Life in Brazil*” oleh Conrad P. Kottak (1991); “*Television Use in a Retirement Community*” oleh Karen E. Riggs (1996); “*Dampak Globalisasi Media Terhadap Masyarakat dan Budaya di Sulawesi Selatan*” oleh Emilsiyah Nur dalam Topohudoyo (2009); “*Televisi Masuk Desa dan Dampaknya Bagi Pembangunan Agama: Studi Kasus pada Masyarakat Industri Kecil di Desa Pecanggaan Kulon Jepara Jawa Tengah*”, oleh Huda Ali (1995); dan “*Potret Pengguna Media Televisi pada Kalangan Remaja menuju Dewasa Awal di Yogyakarta*” oleh Redatin Parwadi (2005).

D. Metode Penelitian

Riset ini merupakan penelitian lapangan yang bersifat deskriptif atau sering juga disebut taksonomik, yang dimaksudkan untuk eksplorasi dan klasifikasi suatu fenomena sosial dengan jalan mendeskripsikan sejumlah variabel yang berkaitan dengan masalah dan unit yang diteliti (Faisal, 1992). Karena itu, penelitian tidak berupaya menjelaskan hubungan antar variabel yang ada, tidak juga menarik generalisasi yang menjelaskan variabel-variabel independen yang menyebabkan terjadinya suatu fenomena sosial. Karena itu, penelitian deskriptif ini tidak menggunakan dan tidak berusaha menguji hipotesis serta membuktikan teori.

Responden penelitian ini adalah masyarakat yang hidup di wilayah yang relatif terpencil tetapi memiliki pesawat televisi. Berdasarkan alasan itulah ditetapkan Tlagareja, suatu pedukuhan di desa

Songbledeg Paranggupito Wonogiri Jawa Tengah, dimana daerah ini merupakan salah satu wilayah paling terpencil dari Kecamatan Paranggupito tetapi hampir seluruh rumah memiliki pesawat televisi sekaligus antenna parabola. Besarnya sampel responden adalah 90 orang. Penarikan sampel menggunakan cara non-probabilitas dengan teknik sampel jatah atau kuota sampling

Alat pengumpul data utama dalam penelitian ini adalah kuesioner tipe campuran (pilihan dan isian). Di samping itu, dilakukan juga wawancara dan pengamatan untuk mendukung data yang diperoleh dari penyebaran angket. Data yang terkumpul kemudian dianalisis dengan statistik deskriptif menggunakan tabel frekuensi.

E. Hasil Penelitian

1. Kebiasaan Menonton Acara Televisi

Pengertian kebiasaan menonton acara TV meliputi antara lain rutinitas dalam menonton dan banyaknya waktu untuk menonton. Hasil penelitian kebiasaan menonton acara TV masyarakat Songbledeg dapat dilihat pada tabel 1 berikut:

Tabel 1 Rutinitas Menonton Acara Televisi Responden.

Rutinitas	Frekuensi	%
Ya	44	49
Tidak	46	51
	90	100

Sumber: diolah dari kuesioner item nomor 9.

Dari 90 masyarakat Songbledeg Paranggupito Wonogiri yang menjadi responden, 44 orang (49%) menyatakan menonton acara TV secara rutin setiap hari, sementara 46 (51%) tidak rutin. Jadi kebiasaan menonton televisi secara rutin tiap hari secara umum termasuk sedang karena yang menonton secara rutin dan tidak rutin relatif seimbang. Namun jika dilihat dari aspek tingkat pendidikan, antara yang berpendidikan rendah (tidak tamat Sekolah Dasar/tamat Sekolah Dasar), Menengah (Sekolah Menengah Pertama dan Sekolah Menengah Atas), dan Tinggi (Akademi/Universitas) memiliki perbedaan. Dari 44 orang (49%) responden yang menonton acara televisi secara rutin, terdapat 10 orang (11%) termasuk berpendidikan rendah, 28 orang (31%) berpendidikan menengah, dan 6 orang (7%) berpendidikan tinggi. Sedangkan dari 46 orang (51%) yang melihat acara televisi tidak secara rutin, 24 orang (27%) responden termasuk kategori berpendidikan rendah, 22 orang (24%) berpendidikan menengah, sementara yang berpendidikan tinggi tidak ada. Secara rinci, rutinitas menonton acara televisi berdasarkan tingkat pendidikan responden dapat dilihat pada tabel 2 berikut:

Tabel 2 Rutinitas menonton televisi berdasarkan tingkat pendidikan.

Rutinitas	Rendah (%)	Menengah (%)	Tinggi (%)	Jumlah (%)
Rutin	10 (11)	28 (31)	6 (7)	44 (49)
Tidak	24 (27)	22 (24)	0 (0)	46 (51)
	34 -	50 -	6 -	90 (100)

Sumber: diolah berdasarkan kuesioner item nomor 6 dan 9.

Adanya perbedaan tingkat pendidikan responden dalam menonton acara televisi secara rutin juga didukung oleh data berdasarkan kelompok pendidikan sebagaimana terbaca pada tabel 3 berikut:

Tabel 3 Rutinitas menonton acara televisi berdasarkan kategori tingkat pendidikan

Rutinitas	Rendah (%)	Menengah (%)	Tinggi (%)	Jumlah
Rutin	10 (29)	28 (56)	6 (100)	44
Tidak	24 (71)	22 (44)	0 (0)	46
	34 (100)	50 (100)	6 (100)	90

Sumber: diolah dari kuesioner nomor 6 dan 9.

Jika dilihat berdasarkan kelompok pendidikan dapat dikatakan bahwa semakin tinggi tingkat pendidikan responden maka akan semakin rutin dalam menonton acara televisi. Hal tersebut terlihat dari tabel 3 yang menginformasikan bahwa dari 6 responden (100%) semuanya rutin menonton acara televisi, sedangkan dari 50 kelompok responden berpendidikan menengah terdapat 28 responden (56%) yang menonton acara televisi secara rutin, sementara dari 34 orang (100%) responden berpendidikan rendah hanya terdapat 10 orang (29%) yang rutin melihat acara televisi. Berdasarkan hal tersebut secara umum dapat ditarik kesimpulan bahwa semakin tinggi tingkat pendidikan akan semakin rutin mereka menonton acara televisi.

Dilihat dari jenis pekerjaan responden, antara responden yang bekerja sebagai petani, buruh, dan swasta juga terdapat perbedaan. Dari 44 orang (49%) responden yang menonton acara televisi secara rutin, terdapat 36 orang (40%) memiliki pekerjaan pokok sebagai petani, 2 orang (2%) buruh, dan 6 orang (7%) swasta. Sedangkan dari 46 orang (51%) yang melihat acara televisi tidak secara rutin, 30 orang (33%) responden memiliki pekerjaan utama sebagai petani, 12 orang (13%) buruh, dan 4 orang (5%) swasta. Secara rinci, rutinitas menonton acara televisi berdasarkan jenis pekerjaan dapat dilihat pada tabel 4 berikut:

Tabel 4 Rutinitas menonton acara televisi berdasarkan jenis pendidikan.

Rutinitas	Tani (%)	Buruh (%)	Swasta (%)	J (%)
Rutin	36 (40)	2 (2)	6 (7)	44 (49)
Tidak	30 (33)	12 (13)	4 (5)	46 (51)
	66 -	14 -	10 -	90 (100)

Sumber: diolah dari kuesioner item nomor 7 dan 9.

Berdasarkan tabel 4 tersebut juga dapat dilihat bahwa berdasarkan jenis pekerjaannya, secara berurutan responden yang secara rutin menonton televisi setiap hari adalah petani (40%), swasta (7%), dan buruh (2%). Urutan yang berbeda diperlihatkan oleh responden yang tidak secara rutin menonton acara televisi: petani (33%), buruh (13%), dan swasta (5%).

Namun, jika dilihat berdasarkan kelompok jenis pekerjaan dapat dikatakan bahwa responden yang memiliki pekerjaan utama swasta lebih rutin menonton acara televisi setiap hari. Hal tersebut terlihat dari tabel 5 yang mengilustrasikan bahwa golongan responden berlatar-belakang swasta lebih banyak yang menonton acara televisi secara rutin (60%:40%), diikuti oleh responden yang pekerjaannya sebagai petani (54% : 46%), dan buruh (14%:76%).

Tabel 5 Rutinitas menonton televisi berdasarkan kategori jenis pekerjaan.

Rutinitas	Tani (%)	Buruh (%)	Swasta (%)	J (%)
Rutin	36 (54)	2 (14)	6 (60)	44 (49)
Tidak	30 (46)	12 (76)	4 (40)	46 (51)
	66 (100)	14 (100)	10 (100)	90 (100)

Sumber: dari kuesioner item nomor 7 dan 9.

Rata-rata durasi atau lama jam menonton televisi secara rutin masyarakat Songbledeg adalah 2,7 jam dalam sehari. Secara rinci, durasi menonton televisi responden ditampilkan dalam tabel 6 berikut:

Tabel 6 Durasi/lamanya menonton acara televisi/hari.

Durasi (dalam jam)	frekuensi	%
1	20	22
2	30	33
3	18	20
4	7	8
5	5	6
6 >	10	11
Jumlah	90	100

Sumber: diolah dari kuesioner item nomor 10.

Berdasarkan tabel 6 tersebut dapat dilihat adanya variasi lamanya responden menonton acara televisi setiap harinya. Dari 90 responden, 30 responden (33%) menghabiskan waktu rata-rata 2 jam sehari. Sementara 20 responden (22%) menonton selama 1 jam, 18 orang (20%) menonton selama 3 jam, 7 orang (8%) menonton selama 4 jam, 5 orang (6%) selama 5 jam, dan 10 orang (11%) menonton selama 6 jam atau lebih. Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa 55% dari 90 orang menghabiskan waktu kurang dari atau selama dua jam per harinya. Prosentase yang menghabiskan waktu untuk melihat acara televisi dalam kategori rendah ini lebih besar dibanding kelompok responden yang menghabiskan waktu di depan televisi dalam kategori sedang (3–4 jam/hari) sebanyak 35 orang atau 28% dan tinggi (5–6 jam/hari) sebanyak 15 orang atau 17%

Dilhat dari waktu memulai aktivitas menonton acara televisi, sebagian besar responden menjawab pada sore hari. Ini dapat dilihat dalam tabel 7 berikut:

Tabel 7 Waktu mulai menonton tv.

Waktu	Frekuensi	%
09.00	3	3
11.30	5	6
16.00	5	6
17.00	18	20
18.00	20	22
19.00	30	33
20.00	9	10
Jumlah	90	100

Sumber: diolah dari kuesioner item nomor 11.

Berdasarkan tabel 7 tersebut dapat dilihat bahwa dari 90 orang, responden yang memulai menonton acara televisi pada sore hari (sekitar jam 16.00–18.00 WIB) sebanyak 43 orang atau 48%, disusul yang memulai menonton acara televisi pada malam hari (jam 19.00 dan 20.00 WIB) sebanyak 39 orang atau 43%, dan yang mulai menonton acara televisi pada pagi dan siang hari (jam 09.00 dan 11.30 WIB) sebanyak 8 orang atau 9%. Hal tersebut kemungkinan disebabkan oleh mayoritas pekerjaan utama responden adalah petani yang menghabiskan waktu di ladang sejak pagi sampai sore hari. Berdasarkan penelusuran terhadap angket dan wawancara, diperoleh temuan bahwa 7 dari 8 orang yang melihat acara televisi pada pagi dan siang hari adalah wanita.

2. Acara – acara televisi yang ditonton oleh masyarakat Songbledeg

Jenis Acara yang ditonton oleh masyarakat songbledeg sangat bervariasi seperti berita atau informasi, olah raga, musik, film, ceramah agama, dan sebagainya. Dari bermacam-macam program acara yang disiarkan, berita nampaknya menjadi favorit responden. Hal itu terbukti dari 8 opsi jenis acara yang dilihat dan disukai, berita memperoleh pilihan tertinggi dibandingkan acara lainnya. Secara rinci, acara-acara televisi yang disukai ditampilkan dalam tabel 8 berikut:

Tabel 8 Acara-acara televisi yang disukai responden.

Acara	frekuensi	%
Berita	31	34
Olah raga	15	17
Musik	11	12
Film	8	9
Sinetron	5	6
Talkshow	8	9
Ceramah Agama	10	11
Lainnya	2	2
Jumlah	90	100

Sumber: diolah dari kuesioner item nomor 12.

Berdasarkan tabel 8 dapat dilihat bahwa berita menduduki posisi tertinggi yang disukai oleh responden masyarakat Songbledeg. Hal tersebut nampak dari prosentase responden yang melihat dan menyukai acara berita sebesar 34%, jauh lebih tinggi dibanding acara lainnya, bahkan walaupun acara hiburan (musik, film, dan sinetron digabung) yang hanya disukai oleh 24 orang atau 27%. Terlebih jika berita digabung dengan talkshow maka prosentase yang menyukainya mencapai 39 orang atau 43%. Yang juga cukup menarik adalah acara keagamaan yang disukai oleh 10 orang atau 11% responden, masih lebih tinggi dibanding responden yang menyukai acara film, sinetron, dan talkshow. Realitas ini cukup menarik karena selama ini terdapat banyak kesimpulan bahwa televisi dominan sebagai alat hiburan semata sementara fungsi lainnya tidak begitu menonjol.

3. Kegiatan m waktu luang selain menonton televisi

Sebagian besar responden yang merupakan warga Songbledeg menyebutkan waktu luang selain digunakan untuk menonton televisi adalah berbicara dengan tetangga yaitu 50 responden atau 55%. Membaca majalah merupakan pilihan paling kecil, yaitu 0%. Bagi masyarakat Songbledeg, mendengarkan radio merupakan pilihan kedua setelah berbicara dengan tetangga, yaitu 25 responden atau

28%, disusul membaca surat kabar sebesar 15 responden atau 17%. Hal tersebut dapat dimaklumi karena surat kabar sangat terbatas dan sulit sekali memperolehnya. Surat kabar biasanya hanya dikonsumsi oleh tokoh-tokoh masyarakat atau warga yang kebetulan bekerja di bidang swasta seperti guru, pengusaha, dan pedagang. Secara rinci, aktivitas yang dilakukan masyarakat Songbledeg ketika waktu luang selain melihat acara televisi dapat dilihat pada tabel 9 berikut:

Tabel 9 Aktivitas waktu luang, selain menonton televisi.

Aktivitas waktu luang selain menonton TV	frekuensi	%
Mendengarkan radio	25	28
Membaca SK	15	17
Membaca majalah	0	0
Berbicara dengan tetangga	50	55
Jumlah	90	100

Sumber: diolah dari kuesioner item nomor 13.

4. Maksud menonton televisi

Apakah yang menjadi tujuan/dorongan masyarakat Songbledeg untuk melihat acara televisi? Jawaban responden paling banyak memilih: untuk mendapatkan informasi umum berbagai peristiwa yaitu 64 responden atau 71% dari 90 jawaban. Rupanya dorongan melihat acara televisi sebagai hiburan hanya mendapatkan persentase yang kecil, 10 responden atau 11%. Walaupun begitu, dorongan untuk memperoleh hiburan dalam melihat acara televisi menempati posisi kedua pilihan responden setelah untuk mendapatkan informasi. Sedangkan dorongan untuk memperoleh pencerahan melalui acara-acara keagamaan dan konsultasi, ataupun memperoleh pengetahuan/ketrampilan khusus seperti acara masak-memasak menempati posisi paling bawah yang hanya dipilih oleh 4 responden atau 4,5%. Sementara itu dorongan sebagai sumber untuk mencari bahan perbincangan dalam berinteraksi dengan masyarakat ada di posisi ketiga dengan 9% atau 8 responden. Secara detail, dorongan atau tujuan responden dalam melihat acara televisi dapat dilihat dalam tabel 10 berikut:

Tabel 10 Maksud/kepentingan menonton.

Tujuan	Frekuensi	%
Mendapatkan informasi umum berbagai kejadian	64	71
Memperoleh pengetahuan/ketrampilan khusus	4	4.5
Memperoleh bahan perbincangan dalam berinteraksi dengan masyarakat	8	9
Memperoleh pencerahan	4	4.5
Mendapatkan hiburan	10	11
Jumlah	90	100

Sumber: diolah dari kuesioner item nomor 14.

5. Tingkat kepuasan terhadap acara-acara televisi

Apa yang mendorong masyarakat orang untuk membaca surat kabar atau menonton acara televisi? Barelson melalui tulisannya "*What Missing the Newspaper Means*" dalam Wilbur Schramm (ed.), *The Process and Effect of Mass Communication* (1954) sebagaimana dikutip Budyatna (1994:85-86), melakukan survei eksploratif yang merupakan bagian dari *uses and gratification theory*. Teori tersebut menelaah fungsi media massa dari sudut pandang khalayak yaitu penggunaan media yang berkaitan

dengan perilaku media khalayak serta gratifikasi atau kepuasan yang diperoleh dari penggunaan media tersebut.

Tradisi *uses and gratification* memposisikan anggota khalayak sebagai pusat mengartikulasikan kebutuhan mereka pada media massa yang digunakannya. Pandangan ini juga melihat media bersaing dengan sumber-sumber lain pemuasan kebutuhan. Penelitian dengan pendekatan *uses and gratification* ini (Budyanta, 1994: 86) populer di tahun 1940-an seperti studi opera sabun di radio yang dilakukan Herzog (1942) atau studi penggunaan media untuk mengorientasikan diri seseorang kepada orang lain yang dilakukan Laswell (1948). McQuail, Blumler, and Brown (1972) mengemukakan pandangan mereka mengenai hubungan khalayak kepada media sebagai berikut, “ anggota khalayak secara temporer menempatkan suatu posisi tertentu dalam hubungan apa yang ia sedang tonton, suatu posisi yang dipengaruhi oleh sejumlah besar faktor termasuk yang berasal dari kepribadiannya, latar belakang sosial, pengalaman, hubungan sosial yang sesaat dan tentu saja isi media itu sendiri. Ia mempunyai harapan dan tanggapan tertentu yang sejalan dengan faktor-faktor tersebut, dan ia mendapat kepuasan-kepuasan afektif, kognitif, dan instrumental tertentu. (Budyanta, 1994:86).

Bagaimana tingkat kepuasan masyarakat songbledeg terhadap acara-acara televisi yang dilihatnya? Secara umum, tingkat kepuasan masyarakat songbledeg terhadap acara-acara televisi yang dilihatnya termasuk tinggi. Hal itu nampak dari 90 orang, 46 responden (51%) menyatakan puas, 25 responden (28%) kurang puas, dan hanya 19 responden (21%) yang menyatakan tidak puas. Secara rinci, tingkat kepuasan responden terhadap acara-acara televisi yang dilihatnya disajikan pada tabel 11 berikut:

Tabel 11 Tingkat Kepuasan Responden terhadap acara-acara televisi.

Tujuan	Puas (%)	Kurang (%)	Tidak (%)	Jumlah
Mendapatkan informasi umum berbagai kejadian	30 33	21 24	13 15	64 70
Memperoleh pengetahuan/ketrampilan khusus	2 2	0 0	2 2	4 5
Memperoleh bahan perbincangan dalam berinteraksi dengan masyarakat	4 5	2 2	2 2	8 9
Memperoleh pencerahan	3 3	1 1	0 0	4 5
Mendapatkan hiburan	7 8	1 1	2 1	10 11
Jumlah	46 51	25 28	19 21	90 100

Sumber: diolah dari kuesioner item nomor 15.

F. Kesimpulan

Berdasarkan uraian pada bagian sebelumnya, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Rutinitas melihat acara-acara televisi pada masyarakat Songbledeg tidak terlalu tinggi atau sedang-sedang saja sebagaimana nampak pada frekuensi, durasi, dan waktu mulai melihat acara televisi. Jika mengikuti kategori Gerbner, masyarakat Songbledeg termasuk kategori *light viewer* bukan *heavy viewer*.
2. Secara berturut-turut, acara televisi yang disukai masyarakat Songbledeg adalah: Berita/Informasi, Olah Raga, Musik, Ceramah Agama, Talkshow dan Film, serta Sinetron di posisi paling sedikit.

3. Kegiatan yang paling sering dilakukan oleh masyarakat Songbledeg untuk mengisi waktu luang selain melihat televisi adalah: melakukan komunikasi inter-personal dengan anggota masyarakat lainnya, mendengarkan radio, dan membaca surat kabar.
4. Mendapatkan informasi umum berbagai peristiwa merupakan tujuan utama/maksud masyarakat Songbledeg melihat acara-acara televisi.
5. Tingkat kepuasan masyarakat Songbledeg terhadap acara-acara televisi ada pada kategori tinggi, khususnya terkait pencarian informasi, hiburan, dan memperoleh bahan perbincangan dalam interaksi sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Agrawal, SR., "Impact of Mass Communication on Health Awareness in Rural Women Engaged in Agriculture", 2010 (agropedia.iitk.ac.in/openaccess – 8 Feb 2014).
- Ali, Huda, *Televisi Masuk Desa dan Dampaknya Bagi Pembangunan Agama: Studi Kasus pada Masyarakat Industri Kecil di Desa Pecanggaan Kulon Jepara Jawa Tengah*, Semarang: Badan Penelitian Agama dan Kemasyarakatan Departemen Agama, 1995
- Asamen, Joy Keiko and Gordon L. Berry (ed.), *Research Paradigms, Television, and Social Behavior*, California: SAGE Publications, Inc., 1998
- Astuti, Santi Indra, "Program Sahur Ramadhan di TV: Analisis Wacana Kritis", dalam Deddy Mulyana dan Solatun, *Metode Penelitian Komunikasi: Contoh-contoh Penelitian Kualitatif Dengan Pendekatan Praktis*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007
- Denzin, N.K., *The Research Act*, New York: McGraw-Hill, 1978
- Faisal, Sanapiyah, *Format-format Penelitian Sosial: Dasar-dasar dan Aplikasi*, Jakarta: Rajawali, 1992
- Habib, Achmad., *Konflik Antaretnik di Pedesaan: Pasang Surut Hubungan Cina-Jawa*, Yogyakarta: LkiS, 2004
- Hadi, Ido Priyana., "Cultivation Theory, Sebuah Perspektif Teoritik dalam Analisis Televisi", dalam *Jurnal Ilmiah Scriptura*, Vol. 1, No. 1, Surabaya: Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Petra, 2007, hal 1 - 13
- Ibrahim, Idi Subandy, *Budaya Populer Sebagai Komunikasi, Dinamika Popscape dan Mediascape di Indonesia Kontemporer*, Yogyakarta: Jalasutra, 2007
- _____, *Lifestyle Ectasy: Kebudayaan Pop dalam Masyarakat Komoditas Indonesia*, Yogyakarta: Jalasutra, 1997
- Jatman, Darmanto, "Pluralisme Media dalam "Era Imagology": Sketsa Interaksi Budaya Media dengan Budaya-budaya Etnik, dalam Ibrahim, *Lifestyle Ectasy: Kebudayaan Pop dalam Masyarakat Komoditas Indonesia*, Yogyakarta: Jalasutra, 1997
- Narendra, Pitra., *Metodologi Riset Komunikasi, Panduan untuk Melaksanakan Penelitian Komunikasi*, Yogyakarta: BPPI Wilayah IV Yogyakarta dan PKMBP Yogyakarta, 2008
- Parwadi, Redatin. "Potret Pengguna Media Televisi pada Kalangan Remaja menuju Dewasa Awal di Yogyakarta" dalam *Mediator*, Vol 6, No. 1, 2005, hal. 83 - 93
- Severin, Werner J and James W. Tankard, *Communication Theories; Origin, Methods, and Use in the Mass Media*, Fifth Edition, University of Texas at Austin: Addison Wesley Longman Inc., 2001
- Stroman, CA. And Kenneth E. Jones, "The Analysis of Television Content", dalam Asamen, Joy Keiko and Gordon L. Berry (ed.), *Research Paradigms, Television, and Social Behavior*, California: SAGE Publications, Inc., 1998
- Sudibyo, Agus., *Politik Media dan Pertarungan Wacana*, Yogyakarta: LkiS, 2001
- Sumadiria, A.S. Haris, *Sosiologi Komunikasi Massa*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014
- Topohudoyo, R.M. Agung Harimurti dan Joko Martono, *Bungai Rampai Hasil Penelitian dan Pengkajian*, Yogyakarta: BPPKI, 2009