

## HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

**SKRIPSI DENGAN JUDUL :**

**PEMETAAN PERSEPSI PEMIRSA PROGRAM ACARA**

**BERITA PETANG PADA STASIUN TELEVISI SCTV DAN TRANS TV**

**( Studi Kasus Pemirsa Berita Televisi di Kodya Semarang )**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

NAMA : Syam Daniel

N I M : 98.30.3696

Telah dipertahankan didepan Penguji pada tanggal : **8 Agustus 2003**

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

Pembimbing



( Posmaria Sitohang, SE, Msi )

Koordinator Penguji



( Vincent Didiek Wiet Ariyanto, MBA, Ph. D )

Dekan Fakultas Ekonomi



( Vincent Didiek Wiet Ariyanto, MBA, Ph. D )

## ABSTRAKSI

Dalam memasuki era globalisasi yang bercirikan kemajuan perkembangan teknologi, komunikasi dan informasi, baik media cetak maupun media elektronik, semakin memberi kemudahan kepada masyarakat untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan. Kemajuan teknologi informasi ini, secara tidak langsung juga dapat mengubah pola hidup masyarakat, yang berakibat adanya perubahan pola pikir dan gaya hidup modern. Salah satu media yang cukup efektif dalam memberikan informasi yang aktual dan terpercaya adalah media elektronik dalam hal ini adalah televisi. Persaingan antar stasiun televisi dalam mengemas program acara, menuntut pihak perusahaan lebih berorientasi pada kepuasan pemirsa.

Di Jawa Tengah, khususnya kota Semarang, saat ini pemirsa televisinya telah menikmati empat stasiun televisi baru yang berusia antara 1-5 tahun, yaitu : Metro TV, TRANS TV, TV7, dan Lativi. Dari pra survei pendahuluan diketahui TRANS TV menjadi favorit responden, baik dari segi hiburan maupun berita. Berdasar uraian latar belakang masalah diatas, maka ingin mengambil topik penelitian dengan judul “ Pemetaan Persepsi Pemirsa Program Acara Berita Petang di Stasiun Televisi SCTV dan TRANS TV “. Dipilihnya stasiun televisi SCTV adalah karena selain sudah lebih dari sepuluh tahun berdiri, SCTV juga pernah mendapatkan ICSA (Indonesian Consumer Satisfaction Award) selama tiga tahun berturut-turut ( tahun 2000, 2001, 2002 ) untuk program Liputan 6 petang ( [www.sctv.co.id](http://www.sctv.co.id) ). Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana persepsi pemirsa terhadap tingkat kepentingan acara berita dan tingkat kinerja berita petang yang ditayangkan oleh stasiun televisi SCTV dan TRANS TV. Pembatasan masalah dalam penelitian ini adalah persepsi pemirsa terhadap program acara berita sore atau petang pada stasiun televisi SCTV ( Liputan 6 petang ) dan TRANS TV ( Berita petang TRANS ). Mengingat banyaknya pemirsa televisi, responden sebanyak 100 orang diambil berdasar proporsi dari masing-masing kecamatan diwilayah Kodya Semarang.

Menurut ( Philip Kotler dan Gary Armstrong, 1999 : 6 ) **manajemen pemasaran** dijelaskan sebagai “ proses analisis, perencanaan, implementasi , dan pengendalian program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan target pembeli untuk tujuan mencapai obyektif organisasi ”. Philip Kotler dan Gary Armstrong mendefenisikan **persepsi** sebagai “ proses yang dilalui orang dalam memillih, mengorganisasikan, dan menginterpretasikan informasi guna membentuk gambaran yang berarti mengenai dunia “.Berita ialah apa saja yang menarik hati orang dan berita yang terbaik ialah yang dapat menarik hati orang sebanyak-banyaknya. ( Curtis Mac Daugall, guru besar ilmu jurnalistik di Northwestern University, New York dalam bukunya “ Interpretative Reporting “ ). Syarat-syarat

yang menentukan nilai berita yang perlu diingat adalah Timelines (kebaruan, aktualitas, atau waktu), Proximity (jarak), Prominence (cuatan), Human Interest (Daya tarik kemanusiaan), Consequence (Akibat), Akurat dan Benar. Hipotesis dalam penelitian ini adalah “Ada perbedaan performa acara berita petang di SCTV dan TRANS TV *“Akurat dan Benar*”

Obyek dalam penelitian ini adalah pemirsa televisi yang berdomisili di wilayah Kodya Semarang. Dipilihnya Kodya Semarang karena Semarang salah satu kota besar yang dapat menangkap kedua frekuensi sinyal televisi SCTV dan TRANS TV. Jumlah sampel yang digunakan adalah 100 responden yang tersebar di 16 kecamatan diwilayah Kodya Semarang. Dengan menggunakan teknik proportional random sampel dari masing-masing kecamatan. Metode pengumpulan data yang digunakan dengan membagi kuesioner kepada responden. Skala pengukuran data yang digunakan adalah skala interval dimana untuk tingkat kepentingan skor tertinggi adalah 5, dan skor terendah adalah 1. Begitu juga untuk penskoran tingkat performa. Untuk uji validitas dari 30 responden dengan taraf signifikansi 0,5 pada r tabel adalah  $0,361 < r$  hitung, pada penelitian ini dari tingkat kepentingan dan tingkat performa adalah valid. Sedangkan pada uji reliabilitas, pada penelitian ini menunjukkan hasil  $\alpha$  untuk tingkat kepentingan a 0,9617 dan tingkat performa 0,9542 adalah reliabel, karena lebih besar dari 0,5. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode I P A (Importance Performance Analysis), hasil akhir uji tersebut ditunjukkan dengan gambar diagram cartesius, yang terbagi atas empat daerah kuadran. Dalam penelitian ini hasil uji ditunjukkan dalam kuadran dua, yang artinya faktor-faktor yang ada sudah sesuai dengan yang diharapkan oleh pemirsa pada acara berita petang atau sore.

Untuk identitas responden dari jenis kelamin laki-laki memiliki prosentase yang lebih besar yaitu sebesar 67%. Dari umur responden menunjukkan bahwa golongan usia muda ternyata juga responsif terhadap perkembangan berita. Dari status marital sebanyak 49% berita dinikmati oleh golongan yang sudah menikah. Dari tingkat pendidikan sebanyak 36% berita dinikmati oleh lulusan SLTA. Dari jenis pekerjaan 33% berita dikonsumsi oleh pekerja swasta, kemudian oleh golongan pelajar atau mahasiswa. Pada skor tingkat kepentingan, skor tertinggi pada pernyataan “Berita yang ditayangkan aktual” dengan skor 4,46. Pada skor tingkat performa, skor tertinggi ada pada pernyataan “Berita yang ditayangkan harus dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya”, dengan skor 4,16 untuk SCTV dan 4,05 untuk TRANS TV. Skor terendah pada perforama ada pada pernyataan “Diperbanyak info aktual setiap jam”. Skor rata-rata untuk performa, pada SCTV adalah 3,78 dan pada TRANS TV adalah 3,64. Meski untuk SCTV sudah lebih baik dari TRANS TV. Untuk uji beda persepsi ada 17 atribut yang berbeda dan 15 atribut tidak berbeda. Ini berarti secara keseluruhan performa antara SCTV dan TRANS TV berbeda. Dengan skor total 121,11 untuk SCTV dan 116,380 untuk TRANS TV. Ini menunjukkan bahwa masih tergolong muda ternyata tayangan berita di TRANS TV sudah mampu bersaing dengan SCTV yang sudah terlebih dahulu mengudara meski masih banyak kinerja yang harus dilakukan untuk menjadi lebih baik.

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi yang berjudul “ Analisa Persepsi dan Penilaian Acara Berita Petang/ Sore pada Stasiun Televisi SCTV dan TRANS TV “. Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan Pendidikan Program Sarjana ( S-1 ) Ekonomi Jurusan Manajemen pada Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

Keberhasilan penyusunan Skripsi ini tidak terlepas dari dukungan serta bimbingan berbagai pihak yang memberikan bantuan, baik moril maupun materil dalam mengatasi kesulitan-kesulitan atau kendala dalam penyusunan skripsi ini. Tiada suatu yang berharga dan bernilai yang dapat penulis persembahkan selain rasa hormat dan terima kasih yang tulus kepada :

1. Bapak Vincent Didiek Wiet Ariyanto, Phd, selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
2. Bapak Thomas Indrajaya selaku Kepala Jurusan Ekonomi Manajemen Universitas Katolik Soegijapranata.
3. Ibu Posmaria Sitohang, SE, Msi, selaku dosen pembimbing yang telah mencurahkan waktu, tenaga, dan pikiran serta dukungan dan sarannya yang sangat berharga dalam penyusunan Skripsi ini hingga selesai.
4. Ibu Dwi Hayu, selaku Dosen Wali penyusun yang telah memberikan perhatian dan semangat sehingga terselesaikannya Skripsi ini.

5. Ayah dan Ibu yang senantiasa memberikan dukungan, materi dan moril, serta do'a yang terus menerus.
6. Kakak dan Adik yang selalu memberikan dorongan dan do'a dalam penyusunan Skripsi ini.
7. Sahabat dan teman-teman yang selalu memberikan dukungan dan saran hingga terselesaikannya skripsi ini.
8. Dan seseorang yang juga mendo'akan serta memberikan dukungan kepada penulis.

Akhir kata penulis berharap semoga hasil penelitian ini sedikit banyak dapat bermanfaat, meski penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penelitian ini, sehingga saran dan kritik dari berbagai pihak akan sangat berguna untuk perkembangan lebih lanjut.

Semarang, Juli 2003

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
ABSTRAKSI .....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii

### BAB I PENDAHULUAN

1. 1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1. 2 Perumusan Masalah .....	7
1. 3 Pembatasan Masalah .....	8
1. 4 Tujuan Penelitian .....	8
1. 5 Manfaat Penelitian.....	9
1. 6 Sistematika Penulisan .....	10

### BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2. 1 Landasan Teori .....	11
2.1.1. Pengertian Pemasaran dan manajemen Pemasaran... 11	11
2.1.2. Pengertian Persepsi .....	12
2.1.3. Definisi Berita .....	16
2. 2. Kerangka Pemikiran .....	27
2. 3. Hipotesis .....	28
2. 4. Definisi Operasional .....	28

<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN</b>	
3. 1.	Obyek dan Lokasi Penelitian	32
3. 2.	Populasi dan Sampel	32
3.2.1.	Populasi	32
3.2.2.	Sampel	32
3.2.3.	Teknik Pengambilan Sampel	35
3. 3.	Jenis Data dan Teknik Pengambilan Data	35
3.3.1.	Jenis Data	35
3.3.2.	Metode Pengumpulan Data	35
3. 4.	Skala Pengukuran Data	36
3. 5.	Uji Validitas Dan Reliabilitas	37
3.5.1.	Uji Validitas	37
3.5.2.	Uji Reliabilitas	40
3. 6.	Teknik Analisis Data	41
3.6.1.	Analisis Kepentingan dan Kinerja	41
3.6.2.	Distribusi t	44
<b>BAB IV</b>	<b>PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN</b>	
4. 1.	Sejarah Berdirinya SCTV dan TRANS TV	45
4.1.1.	Sejarah berdirinya SCTV	45
4.1.2.	Struktur Organisasi SCTV	45
4.1.3.	Sarana Teknik	46
4.1.4.	Sejarah Berdirinya TRANS TV	46
4.1.5.	Struktur Organisasi TRANS TV	48

4.1.6. Sistem Siaran	48
4. 2. Identitas Responden	49
4.2.1. Jenis Kelamin	49
4.2.2. Umur Responden	50
4.2.3. Status Marital Responden	51
4.2.4. Tingkat Pendidikan Responden	52
4.2.5. Pekerjaan Responden	53
4. 3. Hasil Penelitian	54
4.3.1. Tingkat Kepentingan	55
4.3.2. Tingkat Performa	57
4. 4. Importance Performance Analysis ( IPA )	59
4.4.1. Uji Perbedaan Performa	79

**BAB V PENUTUP**

5. 1. Kesimpulan	83
5. 2. Saran-saran	84

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Pra Survei .....	5
Tabel 3.1 Jumlah Penduduk dari 16 Kecamatan di Kodya Semarang .....	34
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Tingkat Kepentingan .....	38
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Tingkat Kinerja .....	39
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas .....	40
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden .....	50
Tabel 4.2 Usia Responden .....	51
Tabel 4.3 Status Perkawinan Responden .....	52
Tabel 4.4 Tingkat Pendidikan Responden .....	53
Tabel 4.5 Pekerjaan Responden .....	54
Tabel 4.6 Skor Tingkat Kepentingan .....	56
Tabel 4.7 Skor Tingkat Kinerja.....	58
Tabel 4.8 Uji Beda Kinerja Dari Persepsi .....	80
Tabel 4.9 Uji beda skor rata-rata total kinerja.....	81